
BACHELORARBEIT

Frau
Pia Fetz

**Beeinflussung des Erfolgs von
französischen Filmen in
deutschsprachigen Ländern
durch den Wandel des Genres
und der Rezeption**

2014

BACHELORARBEIT

Beeinflussung des Erfolgs von französischen Filmen in deutschsprachigen Ländern durch den Wandel des Genres und der Rezeption

Autor:
Frau Pia Fetz

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM11wM1-B

Erstprüfer:
Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Mag. Phil. Susanne Hirner

Einreichung:
Dornbirn, 24.06.2014

BACHELOR THESIS

How the Change of Genre and Reception of French Movies affects their Success in German-speaking Countries

author:
Ms. Pia Fetz

course of studies:
Angewandte Medien

seminar group:
AM11wM1-B

first examiner:
Prof. Peter Gottschalk

second examiner:
Mag. Phil. Susanne Hirner

submission:
Dornbirn, 24.06.2014

Bibliografische Angaben:

Fetz, Pia:

Beeinflussung des Erfolgs von französischen Filmen in deutschsprachigen Ländern durch den Wandel des Genres und der Rezeption

How the change of genre and reception of French movies affects their success in German-speaking countries

2014 - 93 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Abstract

This work investigates how new elements in each genre of French movies affect the reception and their success in German-speaking countries. The thesis indicates that French movies have become more popular in Germany, Austria and Switzerland due to new elements in their genres and the modified reception of the recipients. The analysis refers to French movies launched for cinema and particularly movies produced 100 percent by French companies. Furthermore it refers to movies with a French majority participation plus a co-production with other countries. Furthermore, this work also analyses the development of movie attendance and the market share of French movies in each of the three German-speaking countries over a period of 20 years (1993-2013). To determine which genres are popular and which kinds of movies affect the reception of the audience, a top 10 hitlist of the most popular French movies in each country is generated. A further point is dedicated to possible impediments that hinder the realization of the full potential of French movies. In summary, French movies found themselves a successful niche by producing comedies with social-realist tendencies and have therefore strengthened their popularity. Whereas US-films reduced their market share in Europe, European movies correspond more with the taste of the German-speaking audience.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	X
1 Einleitung.....	1
1.1 Fragestellung.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	2
1.3 Begriffserklärungen.....	2
1.3.1 Der Begriff Genre.....	2
1.3.2 Der Begriff Rezeption	3
1.3.3 Das Medium Film	3
1.3.4 Der Begriff Kino	4
2 Französische Filmgeschichte.....	5
2.1 Nouvelle Vague.....	8
2.1.1 Autorenfilm	9
2.2 Filmkultur in Frankreich	10
3 Der französische Filmmarkt.....	12
3.1 Der französische Filmmarkt ab den 1990er Jahren.....	13
3.2 Französische Filmproduktionen.....	16
3.3 Erfolgsmaßnahmen.....	17
3.4 Erfolg französischer Filmproduktionen im Allgemeinen.....	18
4 Erfolg französischer Filme in deutschsprachigen Ländern	21
4.1 Der deutsche Filmmarkt.....	21
4.1.1 Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Deutschland	27
4.1.2 Fazit.....	28
4.2 Der österreichische Filmmarkt.....	28
4.2.1 Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Österreich	34
4.2.2 Fazit.....	35

4.3	Der Schweizer Filmmarkt.....	35
4.3.1	Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in der Schweiz	41
4.3.2	Fazit.....	42
5	Wandel des Genres	43
5.1	Definition des Begriffs Genre.....	43
5.2	Wandel des Genres von französischen Filmen.....	45
5.3	Aktuelle Situation des allgemein populären Genres	49
5.4	Aktuelle Situation des populären französischen Genres	53
6	Wandel der Rezeption.....	54
6.1	Nutzenansätze der Rezeption	54
6.2	Einfluss durch den medialen Wandel.....	55
6.3	Wertewandel der Rezipienten	55
6.4	Trends der Nachfrage.....	58
6.5	Fazit.....	59
7	Nachteilige Faktoren für den französischen Film	60
7.1	Auswahlverfahren der Multiplexkinos.....	60
7.2	Sprachliche und kulturelle Barrieren	61
7.3	Konkurrenz durch Hollywood	61
7.3.1	Maßnahmen zum Schutz der nationalen Filme vor US-amerikanische Produktionen	62
8	Schlussbetrachtungen.....	64
8.1	Gründe für den Erfolg der französischen Filme in deutschsprachigen Ländern	64
8.2	Mögliche Probleme	66
8.3	Ausblick	67
	Literaturverzeichnis.....	X
	Internetquellenverzeichnis.....	X
	Anlagen.....	XI
	Eigenständigkeitserklärung.....	XXI

Abkürzungsverzeichnis

A Österreich

bzw. beziehungsweise

D Deutschland

E Spanien

F Frankreich

GB Vereinigtes Königreich

IT Italien

Mio. Millionen

u.a. unter anderem

vgl. vergleiche

z.B. zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ranking der größten Kinomärkte weltweit (ohne USA) nach Umsatz im Jahr 2013.....	14
Abbildung 2: Kinoumsätze in Frankreich von 2002 bis 2012.....	15
Abbildung 3: Anzahl der Kinobesucher in Frankreich von 2002 bis 2012.....	15
Abbildung 4: Anzahl der Kinobesucher in Deutschland in den Jahren 1993 bis 2013. .	23
Abbildung 5: Anzahl erstaufgeführter Filme in Deutschland nach Herkunftsländern.....	24
Abbildung 6: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 1995.....	25
Abbildung 7: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2000.....	25
Abbildung 8: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2005.....	26
Abbildung 9: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2010.....	26
Abbildung 10: Anzahl der Kinobesuche in Österreich von 1993 bis 2013.....	30
Abbildung 11: Anzahl erstaufgeführter Filme in Österreich nach Herkunftsländern.....	30
Abbildung 12: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 1995	31
Abbildung 14: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2005	31
Abbildung 13: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2000	31
Abbildung 15: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2010	32
Abbildung 16: Anzahl der Kinobesucher in der Schweiz in den Jahren 1980 bis 2013.	36
Abbildung 17: Anzahl erstaufgeführter Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern...	37
Abbildung 18: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 1995.....	38

Abbildung 19: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2000.....	38
Abbildung 20: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2005.....	39
Abbildung 21: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2010.....	39
Abbildung 22: Beliebteste Filmgenres nach der durchschnittlichen Anzahl der Besucher pro Film in deutschen Kinos 2010 und 2011.....	48
Abbildung 23: Verteilung der 2010 und 2011 in Deutschland gezeigten Kinofilme nach Genres.....	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Top 10 Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Deutschland.....27

Tabelle 2: Top 10 Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Österreich.....34

Tabelle 3: Top 10 Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in der Schweiz.....41

1 Einleitung

In Frankreich hatte das Kino schon seit Entstehung des Films einen hohen Stellenwert in der Gesellschaft. Filme und Kino gehören zum Kulturgut und stellen für die Franzosen die 7. Kunst dar. Anders verhält sich die Beziehung zum Film beim deutschsprachigen Publikum. Der Stellenwert ist ein anderer, und Filme dienen mehr der Unterhaltung, als dass sie als Kunst wahr genommen werden. Sowohl in Frankreich, als auch in den deutschsprachigen Ländern dominieren amerikanische Produktionen den Filmmarkt. Filme aus anderen Nationen können sich nur schwer an der Kinokasse gegen die Konkurrenz aus Hollywood behaupten, doch weshalb eigentlich? Wie stehen dabei insbesondere die Chancen für den französischen Film beim Publikum in Deutschland, Österreich und der Schweiz? Welche Gründe tragen zum Erfolg oder Misserfolg der französischen Produktionen in diesen Ländern bei?

1.1 Fragestellung

Im Fokus des Interesses steht die Frage, welche Rolle die Genres von französischen Filmen spielen und auch wie diese beim deutschsprachigen Publikum wahr genommen werden. Beide Felder haben sich in den letzten 20 Jahren deutlich gewandelt. Die These, dass französische Produktionen in den letzten 20 Jahren beim Publikum beliebter geworden sind, stützten sich auf diese zwei Faktoren. Somit wird in der vorliegenden Arbeit der Frage nachgegangen, inwiefern der Wandel des Genres und der Rezeption den Erfolg von französischen Filmen in den deutschsprachigen Ländern beeinflussen. Ziel ist es, anhand von Untersuchungen und Statistiken, welche den Zeitraum zwischen 1993 und 2013 untersuchen, die These zu bestätigen.

Diese Arbeit bezieht sich auf französische Spielfilme, die für das Kino produziert worden sind. TV-Produktionen werden nicht in die Untersuchungen und Bewertungen miteinbezogen. Wenn in dieser Arbeit über das französische Kino, französische Filmproduktionen oder französische Filme geschrieben wird, so sind damit französische Kinofilme gemeint. Es ist zu beachten, dass es sich bei den Filmen um sogenannte „films d'initiative française“¹ handelt. Unter diesen Begriff fallen sowohl Filmproduktionen, die

1 Walter, Klaus Peter: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 143

zu hundert Prozent in Frankreich hergestellt wurden, als auch Filmproduktionen, bei denen Frankreich eine Mehrheitsbeteiligung hat.

1.2 Aufbau der Arbeit

Zunächst werden zum Verständnis der nachfolgenden Kapitel einige Begriffe definiert. Dann folgt ein Überblick zur französischen Filmgeschichte inklusive der Nouvelle Vague, dem daraus entstandenen Autorenfilm und die aktuelle Situation der Filmkultur in Frankreich. Bevor der Erfolg französischer Filme in den deutschsprachigen Ländern untersucht wird, wird der französische Filmmarkt, französische Filmproduktionen und der Erfolg von französischen Filmen im Allgemeinen erörtert. Schließlich wird der Erfolg in Deutschland, Österreich und der Schweiz untersucht. Dies beinhaltet eine kurze Einleitung zum jeweiligen Filmmarkt, Statistiken zu den Besucherzahlen, Marktanteile der Herkunftsländer und eine Top-10-Hitliste der beliebtesten französischen Filme in dem jeweiligen Land. Anschließend geht es um den Wandel des Genre und der Rezeption, sowie dessen Gründe. Zuletzt werden noch Hindernisse für den französischen Film und auch die Einflussnahme durch Hollywood beschrieben. Die Schlussbetrachtungen bilden das Ende und gleichzeitig das Fazit und Zusammenfassung dieser Arbeit.

1.3 Begriffserklärungen

Der Titel dieser Arbeit beinhaltet u.a. die zwei Begriffe Genre und Rezeption, die im folgenden erörtert werden. Des Weiteren wird das Medium Film und der Begriff Kino definiert.

1.3.1 Der Begriff Genre

Der Begriff Genre ist eine „Bezeichnung von Filmgruppen, die z.B. durch eine typische soziale oder geografische Lokalisierung, durch spezifische Milieus oder Ausstattungsmerkmale, Figuren- und Konfliktkonstellationen oder durch besondere Themen oder Stoffe gekennzeichnet sind.“² Eine ausführliche Begriffserklärung gibt es zum Anfang des Kapitel 5: Wandel des Genre.

2 Müller, Eggo: Sachlexikon Film, S. 141

1.3.2 Der Begriff Rezeption

Der Begriff Rezeption wird abgeleitet vom lateinischen recipire, was übersetzt aufnehmen, entgegennehmen, in Gebrauch nehmen bedeutet. „Rezeption umfasst unterschiedliche Formen des Transfers, der Vermittlung und Aneignung, etwa der Adaption, Modifikation und Interpretation.“³

1.3.3 Das Medium Film

Die Film- und Fernsehanalyse sieht den „Film als Kunstform gleichrangig neben den traditionellen Künsten, also Literatur, Theater, Musik und bildende Kunst.“

Das Medium Film stellt allerdings einen einseitigen Kommunikationsakt dar:⁴ Ein Kommunikator/Sender (Produktion) stellt eine Aussage her (Produkt), welche durch ein Medium an den Rezipienten/Empfänger gelangt. Das Medium ist in diesem Fall die Verbindung zwischen dem Sender und dem Empfänger. Da das Modell nur in eine Richtung verläuft, ist es einseitig.

Dieses Modell der einseitigen Kommunikation wurde mit den Jahren ein wenig verändert. Den Rezipienten wird mittlerweile mehr „Handlungsmöglichkeit“ zugeordnet, da sie die „Angebote auf ihren Nutzen der Bedürfnisse“ überprüfen können. Der Empfänger kann aktiv aus einem Angebot auswählen und somit seine Bedürfnisse als Handelnder befriedigen. Jedoch setzt diese Theorie voraus, dass der Rezipient über eine Vielzahl an Angeboten verfügt.

Man unterscheidet zwischen Kinospielefilm und Fernsehspiel, was auch die spätere Verwendung des jeweiligen Mediums beschreibt. Ein Kinospielefilm wird nach einer bestimmten Zeit im TV ausgestrahlt und durch DVDs und Videos auch zweitverwertet, wohingegen ein Fernsehspiel ausschließlich fürs Fernsehen produziert wird.⁵

3 Arend, Stefanie: Lexikon der Geisteswissenschaften, S. 697

4 Zu den folgen Ausführungen vgl. Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse, S. 7-10

5 Vgl. Wulff, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 49

1.3.4 Der Begriff Kino

Unter Kino versteht man „die reguläre Abspielstätte von Filmen“⁶, wobei mit Kino oft auch das Medium Film verstanden wird⁷. Der Begriff Kino kommt vom griechischen Wort kinein und bedeutet übersetzt „bewegen und betrifft die Bilder auf der Leinwand.“⁸

In der heutigen Zeit wird zwischen vier verschiedenen Arten von Kinos unterschieden:⁹

1. Kinozentrum und Einzelkinos: Es handelt sich dabei um traditionelle Kinos oder Lichtspieltheater, die von einzelnen Betreibern geführt werden.

2. Programmkinos: „Als Programmkino bezeichnet man ein Filmtheater, das kommerziell von einem Kleinunternehmer betrieben wird und das für sich den Anspruch erhebt, ein anspruchsvolles Kinoprogramm nach künstlerischen Gesichtspunkten anzubieten.“ Sie zeigen oftmals Produktionen fernab des Mainstreams und können wirtschaftlich nur dank eines treuen Publikums von Cineasten überleben.

3. Kommunalkinos: Diese Kinos werden meist direkt von einer Gemeinde oder von einem gemeinnützigen Verein aus Gemeindemitteln gefördert. Sie zeigen oftmals künstlerische Filme, die bereits in Vergessenheit geraten sind.

4. Multiplex-Kinos: Ein Multiplex-Kino hat mind. sechs große Kinosäle für ca. 2.500 Besucher. Neben dem Erlebnismedium Kino beinhaltet ein Multiplex-Kino zudem meist diverse Gastronomie-Angebote und ist oft mit Shopping-Möglichkeiten gekoppelt.

Die Programm- und Kommunalkinos bedienen mit ihrer Programmauswahl eher einen kleinen Teil der Kinobesucher und sind daher relativ wenig von den Veränderungen des Kinomarkts beeinflusst. Die Multiplex-Kinos sind verantwortlich für einen Großteil der Besucherzahlen. Durch das „moderne und großzügige Ambiente, sowie der Möglichkeit zur Unterhaltung“ entsteht eine neues Freizeitgefühl. Besonders beim jüngeren Publikum funktioniert das Konzept des Kinos als „Treffpunkt und Kommunikationsort : So sind über 60% der Kinobesucher unter 30 Jahre, und 50% gehören den Berufsgruppen der Schüler, Studenten oder Auszubildenden an.“¹⁰

6 Rother, Rainer: Sachlexikon Film, S. 170

7 Vgl. Kapitel 1.3.3.: Das Medium Film

8 Demandt, Alexander: Über die Deutschen, S. 291

9 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Heinrichs, Werner: Der Kulturbetrieb, S. 264, 265

10 Ulbert, Hans-Jürgen: Multiplexkinos - moderne Freizeitgroßeinrichtungen, In: Bundesrepublik Deutschland, S. 78

2 Französische Filmgeschichte

Im folgenden Kapitel wird ein kurzer Überblick zur französischen Filmgeschichte und den einzelnen Epochen sowie zur Filmkultur in Frankreich gegeben:

Der Beginn der französischen Filmgeschichte ist zugleich der Beginn der Filmgeschichte im Allgemeinen, denn das Datum des 13.02.1895 steht für die Geburtsstunde des Kinos:¹¹

Die Gebrüder Auguste und Louis Jean Lumière ließen an diesem Tag den ersten Kinetografen¹² in Paris patentieren. Noch im selben Jahr im März drehte letzterer seinen ersten Film mit dem Kinetografen: „*La Sortie des Usines Lumière à Lyon-Montplaisir*“ (Arbeiter beim Verlassen der Fabrik Lumière in Lyon-Montplaisir). Nachdem die Gebrüder Lumière ihre Erfindung an der Pariser Sorbonne einem Fachpublikum demonstrierten, fand am 28.12.1895 die erste öffentliche Vorführung im Pariser Grand Café statt. Das Medium „Film wurde zu einer sozialen Aktivität, zum Spektakel, zur Attraktion auf Jahrmärkten und zu einer immer wieder erneuten Befriedigung der Schaulust.“¹³

Aber trotz dieser bahnbrechenden technischen Errungenschaft und dem Erfolg beim Publikum erklärten die Gebrüder Lumière, dass das Kino keine Zukunft haben wird. Doch „diese Prognose erwies sich angesichts der Entwicklungen des Mediums bald als falsch: Vielmehr bot der Film einen fruchtbaren Boden sowohl für Stil- und Genremixturen - Surrealismus, Expressionismus, Naturalismus, Realismus, Poesie, gothic horror - als auch für den Austausch von Kritik und Praxis“¹⁴, wie es später in der Filmzeitschrift *Cahiers du Cinéma*¹⁵ hieß. Auch Jean Epstein, Verfasser des Buches „*Bonjour Cinéma*“ und Regisseur des Films „Der Untergang des Hauses Usher“ sah in dem neuen Medium „eine Möglichkeit traditionelle Denkweisen zu brechen.“¹⁶

11 Zu den folgenden Ausführungen vgl. „Chronik des Films“, S. 8

12 Ein Kinetograf ermöglicht die Wiedergabe „lebender Bilder vor größerem Publikum“ - vgl. „Chronik des Films“, S. 8

13 Weinbacher, Simone: Das französische Autorinnenkino der 90er Jahre, S. 33

14 Bickerton, Emilie: Eine kurze Geschichte der *Cahiers du Cinéma*, S. 20

15 Vgl. Kapitel 2.2.: Filmkultur in Frankreich

16 „Chronik des Films“, S. 42

Im Jahr 1896 gründeten die Brüder Charles und Emilie Pathé das Unternehmen „Pathé Frères“ und legten damit, neben der Erfindung durch die Gebrüder Lumière, den Grundstein für die Erfolgsgeschichte des französischen Kinos, denn zwei Jahre später ist das Pariser Unternehmen das größte französische Filmunternehmen und beherrscht zudem noch den gesamten internationalen Filmmarkt. Pathé war das erste Unternehmen, das vom Verkauf auf den Verleih von Filmen umstellte und durch den Verkauf der Kinematografen rasch nach Russland, Deutschland, Österreich, Singapur, Belgien und Amerika expandieren konnte.

Doch nicht nur die erfolgreichen Unternehmen von Lumière und Pathé trugen zur Erfolgsgeschichte des französischen Kinos bei, denn eine Großzahl der Erfindungen auf diesem Sektor kamen zu dieser Zeit aus Frankreich¹⁷: George Méliès, Theaterregisseur und Filmpionier, entdeckte per Zufall die Doppelbelichtung, da sich ein Film in der Kamera verklemmt hatte. 1903 präsentierte der Fotograf Léon Gaumont vor der Gesellschaft für Fotografie in Paris einen Chronographen.¹⁸

„Bis 1914 hatte Frankreich die größte Filmindustrie der Welt und die französischen Produktionen machten 90 Prozent des Weltmarktes aus.“¹⁹ Anfang der 1920er Jahre verstärkte sich die Konkurrenz durch den amerikanischen Markt und wurde zu einer ernstesten Bedrohung für die französische Filmbranche, sowie den gesamten europäischen Filmmarkt. Als Reaktion auf diese Entwicklung und auch in Erwartung dessen, dass sich diese Konkurrenz in naher Zukunft noch mehr verstärken wird, trafen sich die führenden Persönlichkeiten des europäischen Films, darunter die französischen Verleiher Louis Aubert und Denis Ricaud, der deutsche Produzent Erich Pommer, sowie der Italiener Gustavo Lombardo in Paris, um nach einer gemeinsamen Lösung zu suchen.²⁰ Das bedeutend größere Problem hatten Italien und Deutschland, denn „1928 kamen 85 Prozent der Filme aus Amerika-, doch nach wie vor strömten in Frankreich immer mehr Zuschauer in Vorführungen einheimischer Produktionen.“²¹

Die Rolle als größte Filmnation sowie technischer Vorreiter in Sachen Filmequipment musste Frankreich 1930 endgültig abgeben, als sowohl amerikanische als auch hollän-

17 Vgl. „Chronik des Films“, S. 8, 14

18 „Ein Gerät, das mit einem elektrischen Motor Filmprojektor und Grammophon miteinander koppelt und so die Vorführung von Tonfilmen erlaubt.“ Chronik des Films, S. 14

19 Fowler, Catherine: The European Film Reader, S. 106

20 Vgl. „Chronik des Films“, S. 46

21 Coward, David: A History of French Literature, S. 538

disch-deutsche Unternehmen den Markt unter sich aufteilten, da die Technik „made in France“ nicht mit der Marktreife der anderen Hersteller mithalten konnte.²²

Zeitgleich mit den Vorbereitungen für ein internationales Filmfestival in Cannes, welches vom 1. bis 20. September 1939 statt finden sollte, setzte der zweite Weltkrieg ein und verhinderte so das Zustandekommen des Festivals.²³ „Paradoxerweise waren die Kriegsjahre dennoch eine fruchtbare Periode für das französische Kino. Das Publikum sehnte sich derart nach Eskapismus, dass von insgesamt 310 Pariser Kinos, die von den Nazis während der Besatzung geschlossen worden waren, im Jahre 1940 ganze 280 wiedereröffneten. Die Zuschauerzahlen stiegen zwischen 1938 und 1943 von 220 auf 304 Millionen. Trotz schwieriger Umstände und trotz Zensur durch die Vichy-Regierung war die Produktivität der Filmindustrie beachtlich.“²⁴

Und trotz der vierjährigen Besatzungszeit durch die Deutschen und den schweren Bedingungen kam es zu 220 abendfüllenden Spielfilmen²⁵. Als 1944 die Okkupationszeit endete, begann die Filmkultur wieder zu florieren – „die Zuschauerzahlen waren hoch wie nie, und die nationale Filmindustrie war trotz aller Einschränkung tätig geblieben.“²⁶

Im Jahre 1946 widerfuhr der französischen Filmbranche ein herber Schlag durch den Blum-Byrnes Vertrag, der die Importquoten von amerikanischen Filmen regelte – natürlich zu Gunsten von Amerika, da Frankreich auf diese Art einen Teil der Kriegsschulden zurückzahlen konnte.²⁷ Somit fand das typische „Hollywood-Kino“ seinen Einzug in den europäischen Kinosälen, und dieser Einfluss war auch bei den einheimischen Produktionen zu spüren: „Der Film änderte sich in seiner Länge und Struktur, es vollzog sich der Wandel“²⁸. Das bedeutet, dass ab diesem Zeitpunkt die Franzosen sich an den Filmen der Amerikaner orientierten, da man annahm, dass dies den Geschmack des Publikums treffen würde.

Als Reaktion auf den Vertrag tätigte die Regierung aufgrund des enormen Besucherschwundes und der „Schwemme aus Amerika“ folgende Maßnahmen:

22 Bickerton, Emilie: Eine kurze Geschichte der Cahiers du Cinéma, S. 21, 22

23 Vgl. „Chronik des Films“, S. 140

24 Bickerton, Emilie: Eine kurze Geschichte der Cahiers du Cinéma, S. 25

25 Vgl. „Chronik des Films“, S. 184

26 Bickerton, Emilie: Eine kurze Geschichte der Cahiers du Cinéma, S. 26

27 Vgl. Vincendau, Ginette: Geschichte des Internationalen Films, S. 315

28 Weinbacher, Simone: Das französische Autorinnenkino der 90er Jahre, S. 33

1953 erklärte man, dass der Film zum Patrimoine gehört und somit geschützt werden müsse – vor allem vor der amerikanischen Konkurrenz.²⁹

Das 1946 gegründete „Centre National de la Cinématographie“ (CNC) setzte die Arbeit des „Comité d'Organisation des Industries du Cinéma“ (COIC) fort, schuf zum einen die moderne Grundlage für das französische Kino und begründete auch das Prinzip einer begrenzten staatlichen Kontrolle. „Ein Zuschlag auf die Eintrittspreise wurden erhoben und die Unterstützung des nicht-kommerziellen Kinos beschlossen, was auf lange Sicht sein Überleben sicherte.“³⁰ Diese Art von Filmsubvention nutzen viele junge Filmschaffende, um eigene Filme zu drehen. „Diese Chance wurde von einer Gruppe dynamischer Kritiker um die Zeitschrift Cahiers du cinéma und vielen jungen Regisseuren in ihrem Kielwasser eifrig ergriffen.“³¹

Dies war die Geburtsstunde für zwei Institutionen, die mitunter das prägendste Glied für die gesamte französische Filmgeschichte darstellen: die Zeitschrift Cahiers du Cinéma und verbunden damit die Regisseure der Nouvelle Vague.

2.1 Nouvelle Vague

Der Begriff Nouvelle Vague tauchte erstmals 1958 in einem Artikel von Françoise Giroud in der Wochenzeitung L'Express auf³² und ist ein Sammelbegriff für eine Gruppe französischer Regisseure, von denen die meisten bei der Cahiers du cinéma tätig waren. Um die Bedeutung der Nouvelle Vague für die französische Filmgeschichte auf den Punkt zu bringen, passt das Zitat von Jacques Rivette „Die Nouvelle Vague ist für das Kino das, was der Impressionismus für die Malerei gewesen ist“³³ am Besten. Die 1955 zuerst publizierte Devise von der „Politique des auteurs“, hierzulande irrtümlich als Autorenpolitik übersetzt und missverstanden, wurde zum Kampfbegriff der Nouvelle Vague: Die jungen Regisseure wandten sich damit gegen das „Cinéma de Qualité“ geschmähte Kino der Vätergeneration und forderten für sich selbst Produktionsmöglichkeiten, um nach dem Vorbild der verehrten Amerikaner ihren persönlichen Stil entwickeln zu können.³⁴ Demnach vertraten die Regisseure die Meinung, dass die Genera-

29 Vgl. Grafe, Frieda: Nouvelle Vague, S. 7

30 Vincendau, Ginette: Geschichte des Internationalen Films, S. 315

31 Graham, Peter: Geschichte des Internationalen Films, S. 530

32 Vgl. Graham Peter: Geschichte des Internationalen Films, S. 530

33 Oplustil, Karlheinz: Nouvelle Vague, S. 145

34 Sannwald, Daniela: Sachlexikon Film, S 219, 220

tion vor ihnen keine qualitativ hochwertigen Filme produzierten, und auch sie orientierten sich zunächst an den Filme aus Amerika. Doch im Gegensatz zu den Mainstream-Produktionen der anderen Regisseure kreierten sie den Autorenfilm.³⁵

Der Kern der Gruppierung um die Nouvelle Vague besteht aus der sogenannten „Viererband“ zu welcher Jacques Rivette, Francois Truffaut, Claude Chabrol und Jean-Luc Godard gehören. Und wie Karlheinz Oplustil³⁶ es im Buch „Nouvelle Vague“ beschreibt, besteht jede gute Viererbande aus fünf Personen – somit wird auch Eric Rohmer zur Viererbande der Nouvelle Vague gezählt. Was die Arbeit der Novellisten ausmacht, war ihr Werdegang: statt dem üblichen Weg, durch das Assistieren beim Film zu eigenen Produktion zu gelangen, schlugen sie einen anderen, etwas unüblichen Weg ein. Sie alle waren Stammgäste in den Pariser Ciné-Clubs, schulten so ihre Wahrnehmung und „die jungen zukünftigen Regisseure gingen in der Cinémathèque Française zur Schule. Dort lernten sie brav und beflissen ihre Lektionen. Sie wuchsen auf in respektvoller Bewunderung für ein bestimmtes, schon der Vergangenheit zugehöriges Kino.“³⁷ Diese Bewunderung und völlig neue Herangehensweise hat alles Nachkommende nachhaltig geprägt, denn rückblickend gilt die Nouvelle Vague „als die Europa- wenn nicht gar weltweit maßgebliche Erneuerungsbewegung des Spielfilms, deren Errungenschaften, insbesondere ihr Konzept des Autorenfilms, modellbildend für die Weiterentwicklung des Kinos bis zum heutigen Tag geblieben sind.“³⁸ Beispielsweise orientieren sich heute amerikanische Kult-Regisseure wie Quentin Tarantino an den Filmen und Regisseuren der Nouvelle Vague: „Pulp Fiction stellt mit Godard das an, was Godard mit dem amerikanischen Kriminalfilm der 50er Jahre tat. Es ist kein Zufall, dass Tarantino in Europa höheren Kultstatus genießt als in den USA.“³⁹

2.1.1 Autorenfilm

Zeitgleich mit der Bewegung der Nouvelle Vague entstand auch der Begriff des Autorenkinos bzw. des Autorenfilms⁴⁰:

Dies ist „eine Auffassung vom Filme-machen, die den Regisseur in Analogie zur Literatur als Autor seiner Filme versteht.“ Der Begriff „Autorenfilm“ entstammt einem Artikel

³⁵ Vgl. Kapitel 2.1.1.: Autorenfilm

³⁶ Oplustil Karlheinz: Nouvelle Vague, S. 144

³⁷ Grafe, Frieda: Nouvelle Vague, S. 7

³⁸ Walter, Klaus Peter: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 118

³⁹ Nowell-Smith, Geoffrey: Geschichte des internationalen Films, S. 724

⁴⁰ Zu den folgenden Ausführungen vgl. von Moltke, Johannes: Sachlexikon Film, S. 25, 26, 27

von Alexandre Astruc aus dem Jahr 1948, in welchem er die Kamera mit einem Federhalter (= caméra stylo) gleichsetzt, und somit jeder Regisseur seine eigene Handschrift hat. „Unter der Federführung von André Bazin erschienen in den „Cahiers du Cinéma“ zu Beginn der 50er Jahre Kritiken von Francois Truffaut, Jean-Luc Godard, Eric Rohmer und anderen zukünftigen Autoren der Nouvelle Vague, die sich als Beiträge zu einer regelrechten 'Politique des auteurs' verstehen.“

Das Autorenkino hat nach wie vor einen Sonderstatus in der Filmrezeption: „Das Attribut 'Autor/Auteur' verleiht einem Film seine 'Signatur' wie bei einem Gemälde oder einem Roman und hebt ihn aus der Masse der 'namenlosen' Produktionen heraus. Selbst wenn wir uns bewusst sind, dass der Auteur eine Konstruktion darstellt und als mediales Kulturprodukt keineswegs mit der realen Person des Filmemachers identisch ist, so perspektiviert die Kategorie 'Autorenkino' dennoch unsere Wahrnehmung und Wertung von Filmen, darin vergleichbar der Funktion von Genres oder Gattungen.“⁴¹ Zählt ein Film also zum Autorenkino, darf er sich über eine andere Rezeption erfreuen, als Filme des Mainstream-Kinos. Jedoch ist es in der heutigen Zeit relativ schwer zu beurteilen, welche Filme zu dieser Kategorie gehören und welche nicht. Während der Autorenfilm früher in der Öffentlichkeit oftmals als Problemfilm wahrgenommen wurde, so feiert er heute, speziell mit den Independent-Filmen in den USA, eine Rückkehr.

2.2 Filmkultur in Frankreich

Wie groß die Bedeutung des Mediums Film für die Franzosen ist, zeigt sich daran, dass es allgemein als „la septième art“ verstanden wird. Also neben den 6 traditionellen Künsten wird Film in Frankreich als die 7. Kunst gesehen.⁴²

Es ist ein „patrimoine“, welches die Gesellschaft vereint, denn „[...] die Rezeptionspraxis läuft nicht wie bei den anderen Künsten auf eine Kluft zwischen elitärem Geschmack und bloßem Massenkonsum hinaus: Die populären Filme werden von den gebildeten Kennern ebenso geschätzt, wie das ‚breite Publikum‘ über hinreichende Kenntnisse anspruchsvoller Filme, die als integraler Bestandteil des patrimoine verstanden werden, verfügt.“⁴³ Das bedeutet, dass auch Filme abseits des Mainstreams vom großem Publikum angenommen werden, und dieses auch die Möglichkeit hat, den

41 Felix, Jürgen: Moderne Film Theorie, S. 15

42 Vgl. Gross, Stefan: Handbuch Französisch, S. 532

43 Guy, Jean-Michel: La culture cinématographique des Français, S. 198f

Inhalt und die Aussage dieser Filme zu verstehen. Im Gegenzug dazu werden auch populäre Filme von Cineasten und Filmkritikern nicht nur kritisiert, sondern auch gelobt.

Diese durchwegs positive Rezeption gibt es in keinem anderen europäischen Land, denn in Frankreich ist die Kinokultur besonders ausgeprägt. Unter Kinokultur versteht man „das Bewusstsein der ästhetischen und gesellschaftlichen Bedeutung des Film-schaffens, die Tradierung dieses Bewusstseins und die Pflege und Förderung der kine-matographischen Kommunikation.“⁴⁴ Also das Wahrnehmen eines Films als Kunstform und nicht nur als Mittel zur Unterhaltung. Diese Affinität zum Kino und zum Film ist zu-rück zu führen auf die spezielle Medien- und Kulturentwicklung Frankreichs, die eine Ausnahme im europäischen Vergleich bildet: „Dies belegen in erster Linie der größere soziale, politische und mentale Widerstand gegen US-amerikanische Medienangebote, vor allem in der Musik und im Film; sodann das auch in finanzieller Hinsicht deutlich prononcierte Engagement des Staates im Kultur- und Medienbereich, das u.a. den Fortbestand einer eigenständigen, international bedeutenden Filmindustrie sichert.“⁴⁵

Die Lebendigkeit der französischen Filmkultur zeigt sich anhand zahlreicher Filmmaga-zine, der Symbiose mit anderen Medien und dem großen Filmangebot im Allgemei-nen.⁴⁶

Neben der berühmten und auflagenstarken Zeitschrift Cahiers du cinéma hatte sich auch die Zeitschrift Positif mit einer kleinen treuen Leserschaft auf dem seriösen Markt behaupten können. Die Masse liest jedoch vor allem die Magazine Première und Stu-dio. Doch auch die Tageszeitungen, Radio und TV widmen der Filmkultur viel Aufmerk-samkeit. Neben den aktuellen Kinofilmen besteht beispielsweise in Paris die Möglich-keit aus einem Angebot von über 350 Sondervorstellungen pro Woche auszuwählen. Die drei subventionierten Filmtheater Cinémathèque française, Centre Pompidou und Vidéo-thèque de Paris sowie zahlreiche kleine Kinos bieten eine Alternative zum kom-merziellen Kino. Sowohl große Festivals, wie das Film-Festival in Cannes als auch klei-ne regionale Film-Festivals tragen zu einem günstigen Kultur-Umfeld bei, welches dem ständigen Zuschauerschwund entgegenwirken soll.

Neben der goldenen Palme in Cannes ist der César einer der wichtigsten französischen Filmpreise, „der auf Initiative des Publizisten Georges Cravenne seit 1976 von der zu

44 Walter, Klaus Peter: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 111

45 Lüsebrink, Hans-Jürgen: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 21

46 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Graham, Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 540

diesem Zweck gegründeten Académie des Arts et Techniques du Cinéma jeweils im März vergeben wird.“⁴⁷

Um die 7. Kunst zu schützen, wurden in den letzten 50 Jahren „wichtige Organisationen, Gremien und Gesetze als Interessenvertretungen oder Richtlinien gegründet bzw. in Kraft gesetzt.“⁴⁸

1942: COIC (Comité d'Organisation de l'industrie cinématographique)

1945: CLCF (Comité de Libération du Cinéma français)

1946: CNC (Centre National de la Cinématographie)

1948: Loi d'aide temporaire à l'industrie cinématographique

1959: Système d'Avances sur recettes

1974: INA (Institut national de l'Audiovisuel, Institut national de la communication audiovisuelle)

1983: IFCIC (Institut pour le financement des industries culturelles)

1985: SOFICA (Société de financement de l'industrie cinématographique ou de l'audiovisuel) (Steuerschutzsystem)

1987: IDHEC (Institut des Hautes Etudes cinématographiques) FEMIS (Fondation européenne des Métiers de l'Image et du Son)

1993: Fonds ECO (Unterstützung von Koproduktion mit Zentral- und Osteuropa)

All diese Institutionen tragen dazu bei, dass die nationalen Produktionen unterstützt werden um sich gegen die immer größer werdende Anzahl von US-amerikanischen Produktion zu wehren.⁴⁹

3 Der französische Filmmarkt

In den folgenden Kapiteln wird der französische Filmmarkt ab den 1970er Jahren sowie der Erfolg französischer Filmproduktionen im Allgemeinen untersucht.

⁴⁷ Rother, Rainer: Sachlexikon Film, S. 42

⁴⁸ Zu den folgenden Ausführungen vgl. Gross, Stefan: Handbuch Französisch, S. 532

⁴⁹ Vgl. Kapitel 7.3.1.: Maßnahmen zum Schutz der nationalen Filme durch US-amerikanische Produktionen

3.1 Der französische Filmmarkt ab den 1990er Jahren

Trotz Krise in den 80ern war Frankreich zwischen 1960 und 1993 das erfolgreichste Produktionsland Europas:⁵⁰ Der Erfolg ist zurück zu führen auf drei wesentliche Bedingungen: die Filmproduktion wird in allen Phasen durch die Regierung unterstützt, die Branche ist geprägt von einer Vielzahl von Talenten und das Publikum trägt einen erheblichen Teil zu einer lebendigen Filmkultur bei.

Während der Filmmarkt in den 70er Jahren noch als stabil galt, steckte die französische Filmbranche in den 80er Jahren in einer großen Krise: 1988 blieb die Zahl der Kinobesucher erstmals in der Nachkriegszeit unter 125 Millionen, was vor allem die nationalen Produktionen zu spüren bekamen. Anfang der 90er Jahre sanken die Zuschauerzahlen nochmals, 1992 verzeichneten die Kinos lediglich 116 Millionen Besucher. Dies hat sich auch auf die französischen Produktionen niedergeschlagen, da das Publikum sich mehr für die amerikanischen Filme in den Kinos interessierte. Zwischen 1989 und 1993 sanken die nationalen Produktionen auf 100 Filme im Jahr. Als Reaktion darauf entstand durch den Kulturminister Jack Lang eine Initiative zum Schutz der nationalen Filmproduktionen, die gesetzlich regelte, dass TV-Sender sich finanziell an Kinoprojekten beteiligen müssen.⁵¹ Trotz dieser Krise galt Frankreich im europäischen Vergleich als erfolgreichstes Produktionsland.

Mittlerweile hat sich der Markt wieder erholt: 2013 verzeichnete die französische Filmbranche einen Umsatz von 1,6 Milliarden US-Dollar wie die unten angeführte Statistik zeigt. Im europäischen Vergleich steht Frankreich dabei auf Platz 2, denn das Vereinigte Königreich hatte 2013 einen Umsatz von 1,7 Milliarden Dollar. Auf Platz drei liegt Deutschland mit 1,3 Milliarden Dollar Umsatz. Der positive Zuwachs hat u.a. mit den erfolgreichen Produktionen ab der Jahrhundertwende zu tun.⁵²

50 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Graham Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 530

51 Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Mioč, Petra: Das junge französische Kino, S. 11

52 Vgl. Kapitel 3.4.: Erfolg von französischen Produktionen im Allgemeinen

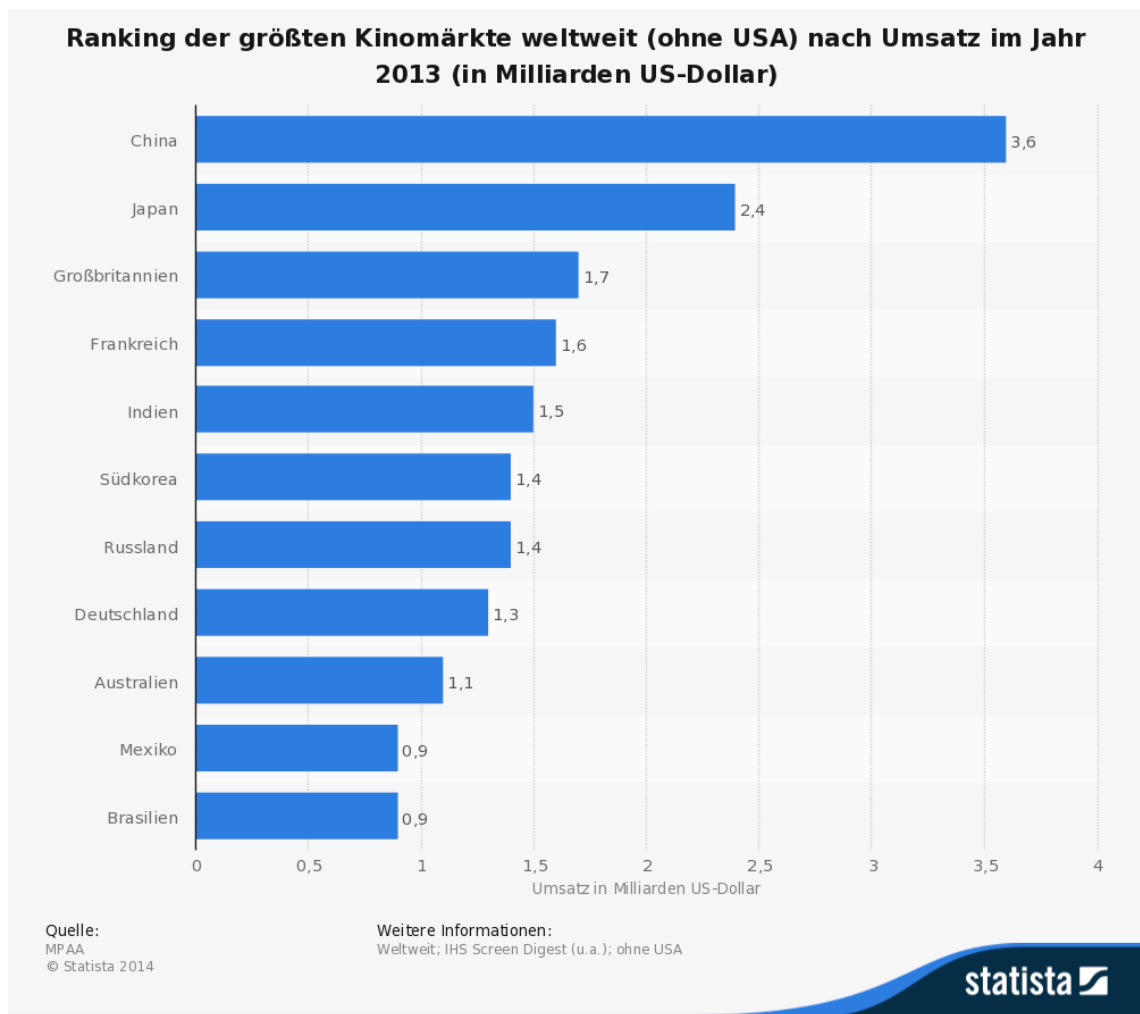


Abbildung 1: Ranking der größten Kinomärkte weltweit (ohne USA) nach Umsatz im Jahr 2013

Die folgende Statistik zeigt den Kinoumsatz in Frankreich von 2002 bis 2012. Es ist deutlich zu erkennen, dass sich der Umsatz in diesen zehn Jahren erhöht hat – die Einnahmen sind um 26% gestiegen. Der höchste Umsatz wurde 2011 mit 1,37 Milliarden Euro erzielt, was mit der Erscheinung des Kinoerfolgs „Ziemlich beste Freunde“ zusammenhängt. 2003 war das umsatzschwächste Jahr mit 996,11 Millionen Euro. Der zunehmende Umsatz ist u.a. auf steigende Besucherzahlen zurück zu führen: die Zahl der Kinobesucher hat sich von 2002 auf 2012 um 10% erhöht. Dabei ist das umsatzstärkste Jahr 2011 zugleich auch das Jahr mit den meisten Besuchern: 217,07 Millionen Besucher. Frankreich ist das Land in Europa mit der höchsten Besucherzahl: Laut dem European Audiovisual Observatory wurden 2013 in Frankreich 193,6 Millionen Besucher gezählt.⁵³

53 Quelle: Statistik Anlage 8

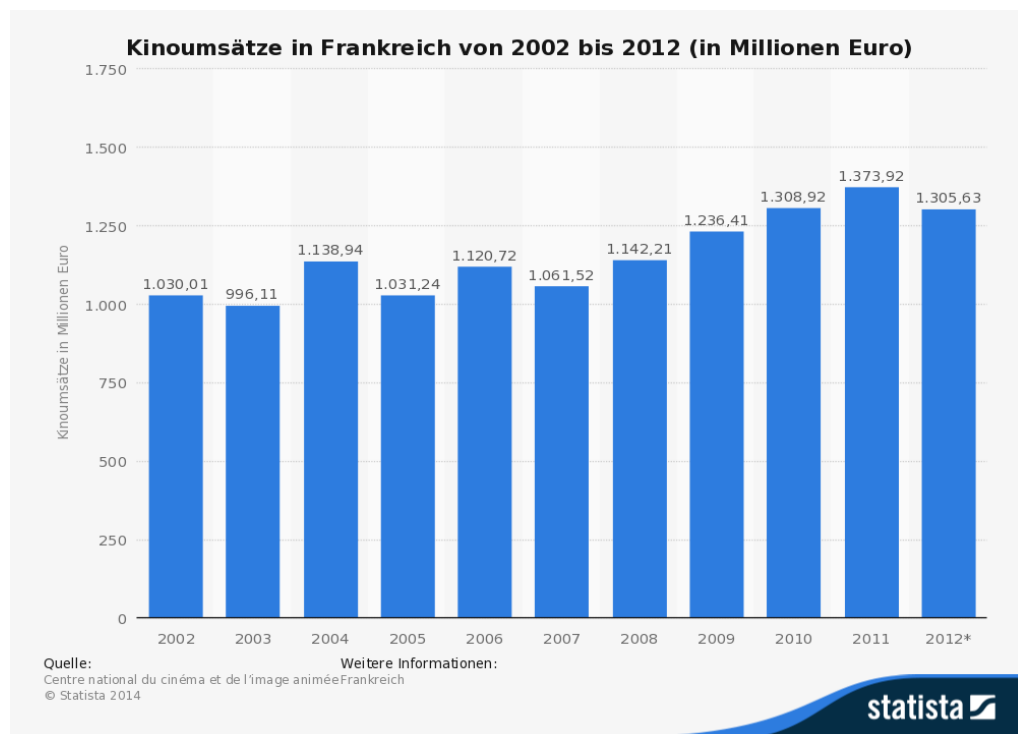


Abbildung 2: Kinoumsätze in Frankreich von 2002 bis 2012

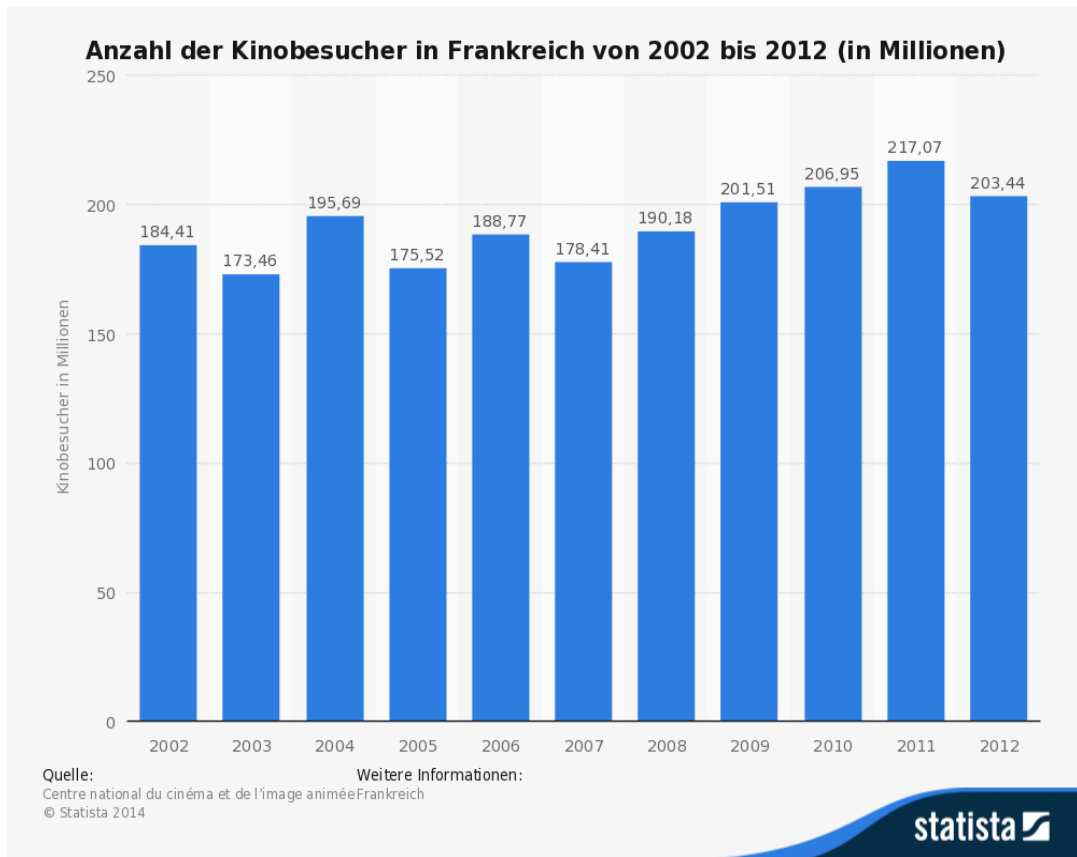


Abbildung 3: Anzahl der Kinobesucher in Frankreich von 2002 bis 2012

3.2 Französische Filmproduktionen

Um über französische Produktionen sprechen zu können, muss zuvor definiert werden, was unter den Begriff „französischer Film“ fällt und was nicht: Filme aus Frankreich und von Franzosen – doch um es präziser zu sagen, geht es vermehrt um das Produktionsumfeld und das ist in diesem Fall das Land Frankreich. Jeder französische Film „trägt national-kulturelle Merkmale“, die sich „historisch, stilistisch und generisch ausdifferenzieren. Das umfasst sowohl die Stoffe mit all ihren kulturspezifischen Grundlagen, die der Film zum Inhalt hat, als auch formale Eigenheiten, die das Filmschaffen einzelner Kulturkreise auszeichnet.“⁵⁴ Somit fallen viel mehr Filme unter diese Kategorie als man annehmen könnte. Da jeder Rezipient andere stilistische Merkmale mit dem französischen Film konnotiert, muss die Abgrenzung über die Rezeption des Einzelnen passieren. Die nachfrageorientierte Definition nach der nationalen Herkunft eines Films wird anhand der Rezeption des Publikums gemacht:⁵⁵ Ein Film gilt also dann als französisch, „wenn er als solcher vom zeitgenössischen Publikum wahrgenommen wurde. Einen maßgeblichen Anteil daran, ob ein Film einer Nation zugeschrieben wird oder nicht, hat die dementsprechende Beteiligung des Landes an der Filmproduktion. z.B. der Film *Herzflimmern* (1971, 1972) gilt als französisch, obwohl er von Deutschland koproduziert wurde und deshalb rechtlich gesehen ein deutscher Film wäre.“ Das Problem bei dieser Annahme ist, dass der Geschmack des zeitgenössischen Publikums nicht immer klar definiert werden kann – somit muss er durch „filmische Diskurse rekonstruiert werden“ (z.B. Filmplakate, Filmkritiken) etc. In der Regel gibt es jedoch keine Schwierigkeiten, Filme einer Nation zuzuordnen, da wir über ein Vorwissen film-stilistischer nationaler Merkmale verfügen und uns dessen auch bedienen.

Seit dem Beginn des 21. Jahrhunderts hat Frankreich vermehrt Filme mit anderen Ländern produziert, sodass ein Rückgang bei den rein französischen Filmproduktionen zu erkennen ist.⁵⁶ 2001 waren noch 70 Prozent aller Filmproduktionen rein französisch, so sind es 2003 nur noch 53 Prozent. Der Trend geht vermehrt zu länderübergreifenden Produktionen: 2003 hat Frankreich verstärkt mit Belgien (24 Filme), Großbritannien (23 Filme) und Italien (10 Filme) zusammen gearbeitet. Dies liegt unter anderem daran, dass die Filme leichter finanziert werden können und bei einer Koproduktion ein größeres Publikum bedient werden kann, die potentielle Verwertung ist also eine größere:

54 Wulff, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 65

55 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 59, 60

56 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Walter, Klaus Peter: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 143

Bei internationalen oder europäischen Koproduktionen produzieren diverse internationale Sendeanstalten in Zusammenarbeit mit unabhängigen Filmproduzenten einen Film. Finanziert werden diese Produktionen durch die Mittel der verschiedenen Produzenten, um damit aufwändigere Filme herzustellen – meist werden diese Filme dann jedoch nur von einem Team in einem Land hergestellt. Diese Entwicklung von Gemeinschaftsproduktionen ist Ausdruck „einer allgemeinen Medienentwicklung, die auf eine Integration von Kino, Fernsehen und Video drängt, und vor deren Hintergrund der Streit um die Abgrenzungen von Kino und Fernsehen eher anachronistisch wirkt.“⁵⁷ Der Trend geht also verstärkt zur Zusammenarbeit der europäischen Länder, denn nur dadurch können europäische Filme gegen die Machtposition Hollywoods ankämpfen. Es bleibt jedoch anzumerken, dass Frankreich immer noch einen vergleichsweise großen Anteil rein nationaler Produktionen vorweisen kann.

3.3 Erfolgsmaßnahmen

Bevor über Erfolg gesprochen werden kann, muss dieser erst erklärt werden:

Ob ein Film an den Kinokassen zum Erfolg wird oder nicht – dafür gibt es eine einfache Formel, die die Filmsoziologie hervor gebracht hat: „Für den populären Film (ist) kennzeichnend, dass die Struktur der Erzählung und auch ihre visuelle Gestaltung zum großen Teil „vorhersehbar“ sind. Die Filme sind nie einzigartig und selten außergewöhnlich oder überraschend. Im Gegenteil, die Lust am Text entsteht für die Zuschauer gerade durch das „Wiedererkennen“ von vertrauten Muster und durch das Zurechtfinden in einer Filmwelt, deren Regeln und Gesetze sie kennen.“⁵⁸ Diese Theorie beschreibt die Verknüpfung des Publikums mit Genres, welche für den Zuschauer ein kulturelles Muster bieten, das zudem international gültig ist. Erfolgreich sind demnach also Filme, bei denen der Zuschauer schon im Vorhinein weiß, wie er aussehen und ausgehen wird, weil er es von ähnlichen Filmen bereits kennt und sich durch dieses Vorwissen auch bei ähnlichen Filmen dieses Genres seine Erwartungen erfüllen kann.

Eines ist jedoch zu beachten, denn diese Popularitätsformel wird von zwei Faktoren beeinflusst: Der Erfolg oder die Popularität eines Films ist meist „zeit- und nationalspezifisch“ bedingt. Generell ist es „keine absolute, sondern relative Kategorie“. Beispielsweise kann ein bestimmter Film zu einer bestimmten Spielzeit in einem Land besonders erfolgreich sein, während er in einem anderen Land kaum oder nur mäßig Erfolg

⁵⁷ Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse, S. 182, 183

⁵⁸ Winter, Rainer: Filmsoziologie, S. 37

hat. Zudem kann ein Film auch erst einige Zeit später erfolgreich sein und im Jahre seiner Entstehung kaum Besucher anlocken.⁵⁹ Kulturspezifische Vorlieben spielen also eine große Rolle.

Um den Erfolg von Filmen im Allgemeinen messen zu können, müssen des Weiteren folgende Grundannahmen beachtet werden:

1. Der Rezipient wählt einen Film aufgrund dessen Unterhaltungswert, die Wahl passiert nicht beliebig
2. Auch hier gilt das Prinzip von Angebot und Nachfrage – an diesem Prinzip orientieren sich auch die Kinobesitzer und beeinflussen damit die Wahl der Rezipienten
3. US-amerikanische, französische und Filme anderer Länder können prinzipiell voneinander unterschieden werden.

Somit muss, um den Erfolg von Filmen messen zu können, beachtet werden, dass jeder Zuschauer die Wahl des Films bewusst trifft und dabei stark auf den Unterhaltungswert achtet. Die Wahl wird jedoch schon stark durch die Auswahl der gezeigten Filme der Kinobesitzer eingeschränkt, und der Rezipient kann einen Film sofort einem jeweiligen Land zuordnen.

3.4 Erfolg französischer Filmproduktionen im Allgemeinen

Frankreich kann auf eine lange Erfolgsgeschichte zurückblicken: 1920 waren die düsteren, jedoch künstlerischen Filme sehr beliebt, in den 1930 Jahren war es der Musikfilm und das gefilmte Theater, und nach dem Krieg wurde das Trauma dieser Zeit in den späten 1940er Jahren zum Komödienstoff. Ende der 1950er Jahre kamen die ersten Erfolge der Nouvelle Vague. Einen großen Anteil am Erfolg französischer Filme hat das Unternehmen Pathé, was auf eine bestimmte Strategie der Vermarktung zurück zu führen ist: Das Produktionsvolumen von Pathé frères und ihr Angebot an Filmen jedes Genres war so groß, dass über ihre Außenstellen in Berlin und Wien den Kinobesitzern ganze Programmpakete angeboten wurden, die diese nur noch vom Bahnhof abholen mussten. Pathé garantierte den Kinobesitzern durch die Zusammenstellung der Pakete, dass sie garantiert Gewinne erzielen würden.⁶⁰

59 Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 58, 125

60 Vgl. Elsaesser, Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino, S. 137

Doch obwohl sich Frankreich immer wieder neu erfand, waren schon in den 20er Jahren die USA das führende Film-Produktionsland weltweit. Um den endgültigen Siegeszug der amerikanischen Filme noch ein wenig hinaus zu zögern, handelte Frankreich: „Es waren die Vertreter Frankreichs, die sich anlässlich der 1986 eröffneten GATT-Verhandlungen über die weltweite Öffnung aller Handelsmärkte (die sog. ‚Uruguay-Runde‘) vehement gegen das Ansinnen der Vereinigten Staaten wandten, auch kulturelle Handelsprodukte, und hier in erster Linie das Kino, für eine freizügige und globalisierte Vermarktung freizugeben, was zur unkontrollierten Überflutung der europäischen Kinosäle mit US-amerikanischen Massenprodukten geführt hätte.“⁶¹ Zahlreiche weitere Maßnahmen wurden getätigt um vorrangig den französischen, aber auch den europäischen Film weiterhin zu stärken.⁶²

Nach der Nouvelle Vague gab es vergleichsweise keine großen Erfolge mehr bis Anfang der 80er Jahre: „Neben den neuen Filmemachern schafften es auch die etablierten Regisseure weiterhin, starken Eindruck zu hinterlassen - besonders an der Kinokasse. Jean-Jaques Annaud, ein exzellenter Techniker, kam erst nach der Regie von über 400 Werbefilmen zum Spielfilm und drehte in den 80er und 90er Jahren mehrere teure, niveauvolle Filme, von der deutsch-italienisch-französischen Co-Produktion 'Der Name der Rose' (1985/86) nach dem Mittelalter-Krimi von Umberto Eco über die Geschichte eines jungen Bären, 'L'ours' (1989, Der Bär) bis zur Adaption von Marguerite Duras' autobiografischem Roman 'L'Amant' (1992, Der Liebhaber).“⁶³ Mit dem Film „Der Name der Rose“ wurde der französische Film vom internationalen Publikum wiederentdeckt, beeinflusst dadurch, dass Stars wie Sean Connery und Christian Slater die Hauptrollen besetzten.

Anfang der 90er konnte Frankreich mit einem anderen Genre beim Publikum punkten: das Action-Genre entwickelte sich zu einem Erfolgsgarant an den Kinokassen. „Als Hauptvertreter in der Kategorie der Autoren ist an erster Stelle zweifellos Luc Besson, der Meister des aufwändigen Actionfilms, zu nennen ('Le grand bleu', 1988; 'Nikita' 1990; 'Léon' 1994; 'Le cinquième élément', 1997; 'Jeanne d'Arc', 1999)“⁶⁴ Generell fei-

61 Walter, Klaus Peter: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 111

62 Vgl. Kapitel 7.3.1: Maßnahmen zum Schutz der nationalen Filme durch US-amerikanische Produktionen

63 Graham, Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 538

64 Walter, Klaus Peter: Französische Kultur- und Medienwissenschaft, S. 123, 124

erte das Genre des cinéma du look⁶⁵ und sein Nachfolgerfilm „Die fabelhafte Welt der Amélie“ große Erfolge.⁶⁶

Ein Genre blieb trotz all den Veränderungen über Jahrzehnte hinweg erfolgreich: Das Autorenkino „made in France“: „Trotz aller Krisengerüchte und Abgesänge ist das Autorenkino der Hoffnungsträger der Cineasten geblieben, weil es nicht nur der globalen Dominanz Hollywoods „Traumfabrik“ widersteht, sondern sich auch immer wieder als produktiver Störfaktor 'in einem vermeintlich funktionierenden, gesunden Gewebe namens Filmkunst erweist'.“⁶⁷ Das Autorenkino stellt heute somit das Gegenprodukt zu den zahlreichen Hollywood-Filmen dar, eine willkommene Abwechslung bei Filmfans. Zudem hat der Autorenfilm die gesamte Filmbranche nachhaltig geprägt⁶⁸: „Noch immer ist der Autorenfilm lebendig, praktizieren wir Autorentheorie, wenn wir über Filme reden, und das nicht zuletzt deshalb, weil Filmindustrie und Filmemacher, Filmkritiker und Filmwissenschaftler permanent Autorenpolitik betreiben.“⁶⁹

Der wohl größte Erfolg in den letzten 20 Jahren verzeichnete der Film „Ziemlich beste Freunde“, der zugleich für eine neue Generation der französischen Komödie steht: tragische Komödien mit „sozialrealistischen oder neorealistischen Tendenzen“.⁷⁰ Der Film startete in den deutschsprachigen Ländern als Außenseiter und wurde, wie die Statistiken in den folgenden Kapiteln zeigen, zum beliebtesten französischen Film der letzten 20 Jahre. Vier Jahre zuvor erregte auch ein anderer Film große Aufmerksamkeit: „Willkommen bei den Sch'tis“, ebenso eine Komödie, die es ohne Action und Effekte à la Hollywood schaffte, an der französischen Kinokasse erfolgreicher zu sein, als „Titanic“ oder „Star Wars“. Der Erfolg dieses neuen Genres ist eng verbunden mit dem Wandel des Genres⁷¹ und auch der veränderten Wahrnehmung des Publikums.⁷²

65 Vgl. Kapitel 5: Wandel des Genres

66 Vgl. Kapitel 5: Wandel des Genres

67 Felix, Jürgen: Moderne Film Theorie, S. 13, 14

68 Vgl. Kapitel 2.1.1.: Autorenfilm

69 Felix, Jürgen: Moderne Film Theorie, S. 13

70 Mioč, Petra: Das junge französische Kino, S. 20

71 Vgl. Kapitel 5: Wandel des Genres

72 Vgl. Kapitel 6: Wandel der Rezeption

4 Erfolg französischer Filme in deutschsprachigen Ländern

Um den Erfolg von französischen Filmen in deutschsprachigen Ländern zu messen, orientiert sich diese Arbeit sowohl an den Besucherzahlen, als auch am Marktanteil der erstaufgeführten französischen Filme in den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz. Die Untersuchungen beziehen sich auf einen Zeitraum von 20 Jahren: von 1993 bis 2013, da das Jahr 2014 noch nicht mit einbezogen werden kann. Um den Bezug zum Genre herzustellen, wird eine Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in den jeweiligen Ländern erstellt und beschrieben.

Allgemein ist zu beobachten, dass die Besucherzahlen in den Kinos abnehmen. Durch den technischen Fortschritt der TV-Geräte, die Konkurrenz durch das Internet und den DVD-Markt wird die Zahl der Kinobesuche immer weniger – auch dieser Trend, sowie Tendenzen im Freizeitbereich werden in die Untersuchungen miteinbezogen:

4.1 Der deutsche Filmmarkt

Die Beziehung zu Frankreich und infolgedessen die Rezeption der französischen Filme in Deutschland hat viel mit der gemeinsamen Geschichte zu tun:

„[...] Denn man könnte am Beispiel Pathés zeigen, dass die französisch-deutschen Filmbeziehungen sich in zwei Richtungen bewegten, die nicht immer synchron verliefen. Auf der einen Seite stehen die geschäftlichen Beziehungen mit einem finanzkräftigen Konkurrenten, dessen Ware beim Publikum Anklang fand und der deshalb von den einheimischen Kinobetreibern geschätzt wurde; andererseits spielten andauernde und sich verschärfende Manifestationen des Nationalstolzes eine Rolle, eine Rivalität zwischen beiden Ländern, die noch aus der Zeit der Napoleonischen Kriege und des französisch-preußischen Konflikts stammte. Die Kinolandschaft reflektierte, persiflierte aber auch nicht selten das immer wieder belastende Verhältnis zum „Erbfeind“.“⁷³ Viele Jahre spielten diese frühen Einflüsse eine Rolle bei der deutschen Rezeption, wobei gerade die heutige Generation sich nicht mehr von diesen geschichtlichen Ereignissen bei der Wahl des Kinofilms beeinflussen lässt.

73 Elsaesser, Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino, S. 138

Seit den 1920er Jahren gab es immer wieder gewisse Tendenzen für die Popularität der Herkunft von Filmen in den deutschen Kinos:⁷⁴ Der deutsche und österreichische Film erlebte seine Hochphase Anfang der 60er Jahre, in den nächsten 20 Jahren vollzog sich eine „Umkehrung des Dominanzverhältnisses“ zwischen den deutschen und US-amerikanischen Filmen. In dieser Zeit waren die Filme der europäischen Nachbarländer wie Frankreich, Italien, Großbritannien und Skandinavien besonders beliebt. Ab den 1980er Jahren beherrschte dann die USA den deutschen Filmmarkt.

Den zahlenmäßigen Höhepunkt ihrer Karriere erlebte die deutsche Kinobranche in den 50er Jahren mit über 800 Mio. Kinobesuchern alleine in Westdeutschland. Die folgenden Jahre waren geprägt von niedrigen Besucherzahlen und erst in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre erholte sich der deutsche Kinomarkt wieder, dank den zahlreich neu eröffneten Multiplex-Kinos.⁷⁵ Multiplex-Kinos verdanken ihre Beliebtheit dem technischen Fortschritt, der es Ihnen ermöglicht Blockbuster auf großen Leinwänden, sowie 3D-Filme zu zeigen. Es ist anzunehmen, welches Herkunftsland mit seinen Filmen die Multiplex-Kino-Landschaft erobert hat:

„Das bundesdeutsche Kino ist vor allem durch die Dominanz amerikanischer Filme (bis zu 80 Prozent Marktanteil) geprägt. Hier hat sich ein eher am spektakulären Inhalt, an der Opulenz der Ausstattung, dem Einsatz von special effects orientierter Filmstil durchgesetzt, der vor allem ein junges Publikum (14 bis 35 Jahre) ansprechen will.“⁷⁶ Die Dominanz des US-amerikanischen Films ist auf den geringen „cultural discount“ zwischen Deutschland und Hollywood zurück zu führen. Mittlerweile ist der deutsche Markt abhängig von den amerikanischen Blockbustern. „Ein Jahr ohne mindestens einen Blockbuster schlägt sich deutlich in der Kinostatistik nieder.“⁷⁷

In den letzten Jahren verzeichneten die deutschen Kinos durchschnittlich 150 Mio. Besucher, was allgemein als eine positive Entwicklung angesehen werden kann. Jedoch darf die Konkurrenz durch den DVD-Markt und die fortschrittliche Technik der neuen TV-Geräte nicht unterschätzt werden.⁷⁸

Schwankungen der Besucherzahlen sind vermehrt auf die Abhängigkeit von Blockbustern zurück zu führen.

74 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 73

75 Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Heinrichs, Werner: Der Kulturbetrieb, S. 276

76 Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse, S. 181

77 Heinrichs, Werner: Der Kulturbetrieb, S. 276

78 Vgl. Heinrichs, Werner: Der Kulturbetrieb, S. 267, 268

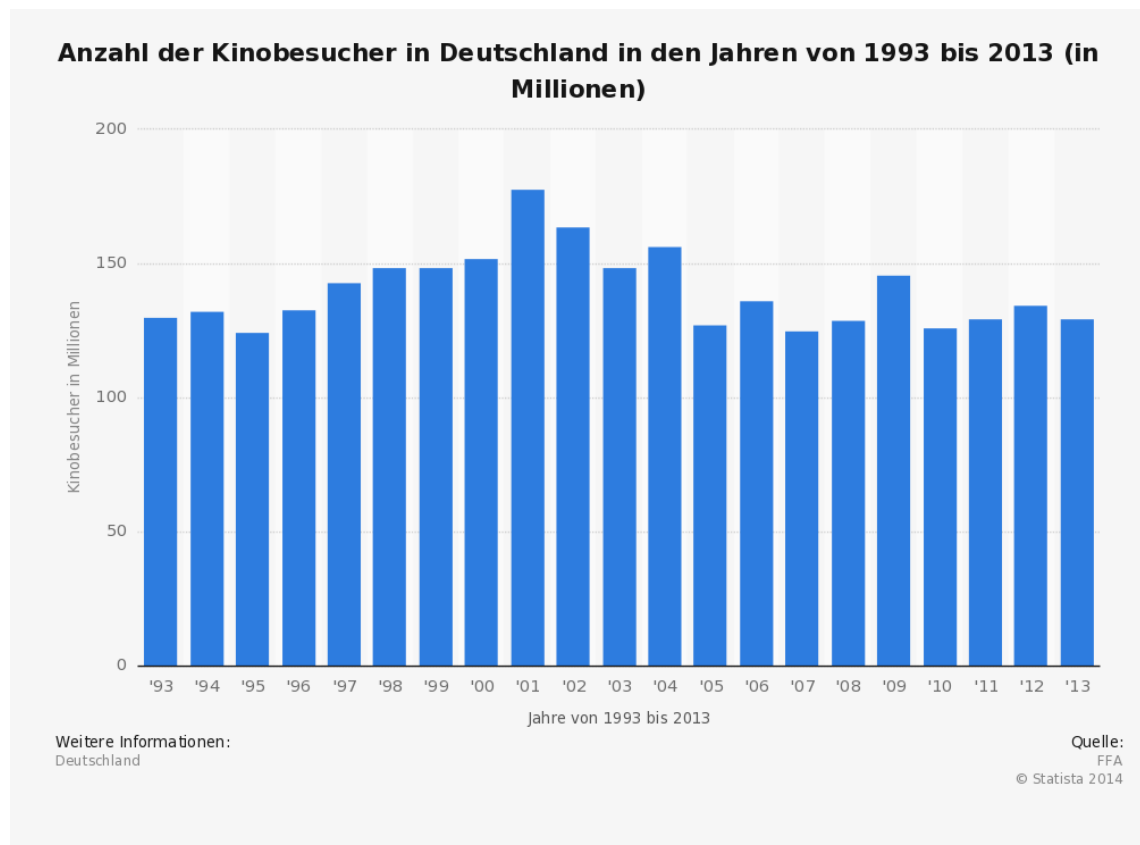


Abbildung 4: Anzahl der Kinobesucher in Deutschland in den Jahren 1993 bis 2013

Die Statistik zeigt die Entwicklung der Kino-Besucherzahlen von 1993 bis 2013. Vergleicht man die Zahl der Kinobesucher aus dem Jahr 1993 (130,5 Mio.) mit der Zahl der Kinobesucher aus dem Jahr 2013 (129,7 Mio.) so erkennt man, dass sie ungefähr gleich geblieben ist. Somit kann gesagt werden, dass die Zahl der Kinobesucher, bis auf positive Ausnahmen in den Jahren 2001, 2002 und 2004 und negativere Ausnahmen in den Jahren 1995, 2005 und 2007, gleich geblieben ist. Die meisten Besucher weist das Jahr 2001 mit 177,9 Millionen auf. Mit 124,5 Millionen Besucher ist das Jahr 1995 das schlechteste Jahr der letzten 20 Jahre.

Eine Befragung unter Jugendlichen⁷⁹ in Deutschland hat 2013 ergeben, dass ein Kino-besuch mit 28,7% auf Platz 13 der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen liegt. Zu den drei beliebtesten Freizeitbeschäftigungen gehören Musik hören, Freunde treffen und im Internet surfen – ein irritierendes Ergebnis, zumal die Jugendlichen zur Hauptzielgruppe der Multiplex-Kinos gehören.

79 Quelle: Statistik im Anhang 1

Eine umfassende Befragung im Jahre 2011⁸⁰ ergibt, dass 55% aller Kinobesucher in Deutschland nicht älter als 29 Jahre sind. Über 69% der wöchentlichen Kinobesucher verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2000 Euro, was auf das recht hohe Bildungsniveau zurück zu führen ist: 38% haben Abitur oder ein Studium abgeschlossen.

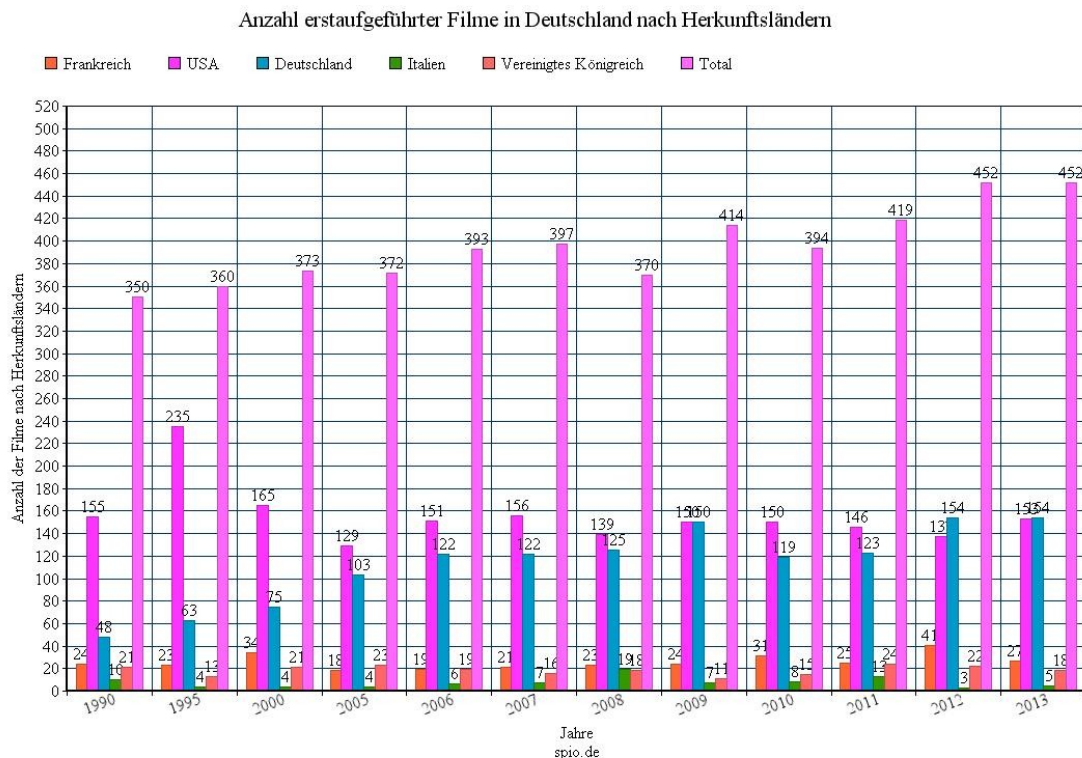


Abbildung 5: Anzahl erstaufgeführter Filme in Deutschland nach Herkunftsländern

Die Statistik oben zeigt die Anzahl der erstaufgeführten Filme in Deutschland nach Herkunftsländern über den Zeitraum von 1990 bis 2013. Die Anzahl der Filme pro Jahr hat kontinuierlich zugenommen. Den größten Zuwachs verzeichnen die Filme aus Deutschland: lag die Anzahl der deutschen Produktionen 1990 bei 48, so waren es 2013 schon 154 – das entspricht einem Zuwachs von 220%! Die Anzahl der französischen Produktionen ist relativ gleich geblieben, 1990 waren es 24 und 2013 27 Filme aus Frankreich. Im Jahr 2012 kamen jedoch 41 Produktionen aus Frankreich. Bemerkenswert ist die Tatsache, dass 2009 gleich viel Filme aus den USA und Deutschland gezeigt wurden (150 Filme). Im Jahre 2012 wurden mehr deutsche (154), als amerikanischen (137) Produktionen aufgeführt.

80 Quelle: agirmidia.de; Zugriff am 15.06.2014

Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 1995

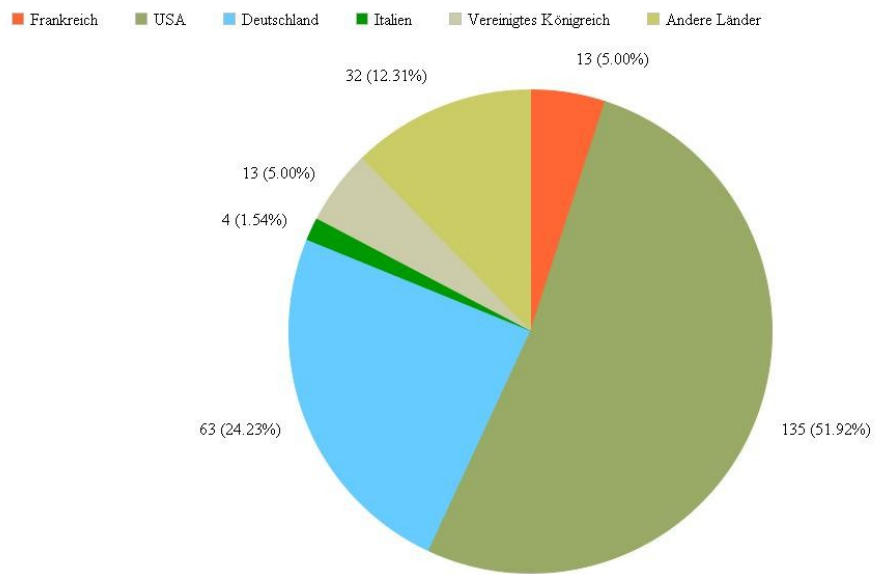


Abbildung 6: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 1995

Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2000

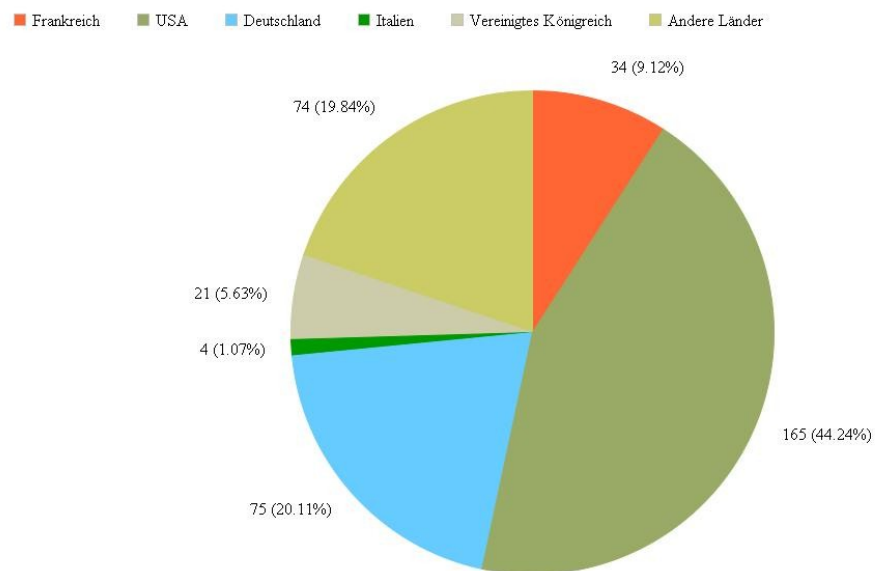


Abbildung 7: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2000

Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2005

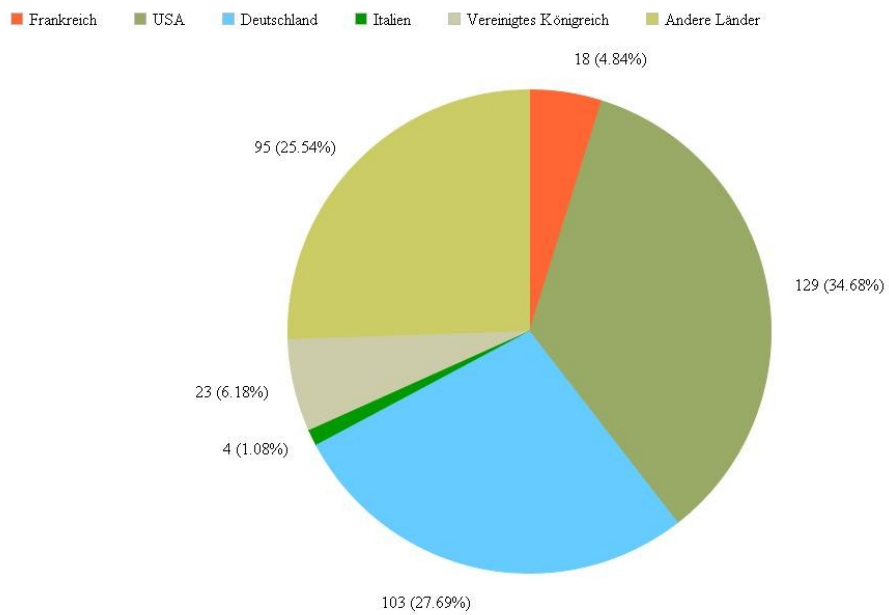


Abbildung 8: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2005

Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2010

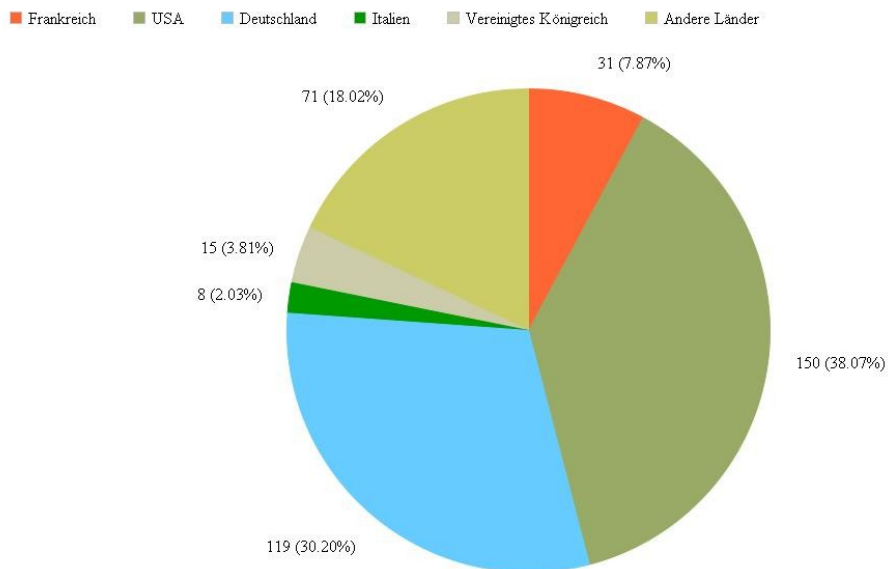


Abbildung 9: Marktanteile der Filme in Deutschland nach Herkunftsländern 2010

Die vier oben angeführten Diagramme zeigen den Marktanteil der erstaufgeführten Filme nach Herkunftsländern in Deutschland in den Jahren 1995, 2000, 2005 und 2010⁸¹. Die USA dominiert dabei den Filmmarkt, wobei sich der Anteil um 25% verringert hat. Stark zugenommen haben die deutschen Produktionen mit 25%. Die Marktanteile der französischen Filme bewegen sich zwischen vier und neun Prozent.

4.1.1 Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Deutschland⁸²

Platz	Name	Genre	Produktionsländer	Verleiher	Kinostart	Besucherszahl gesamt
1	Ziemlich beste Freunde	Drama, Biografie, Komödie	F	Senator	2012	8.883.259
2	Das Parfum – die Geschichte eines Mörders	Drama, Thriller	D, E, F	Constantin	2006	5.480.675
3	Das Fünfte Element	Fantasy, Science-Fiction	F	Tobis	1997	3.223.529
4	Die fabelhafte Welt der Amélie	Liebesfilm, Drama, Komödie	D, F	Prokino	2001	2.522.427
5	Willkommen bei den Sch'tis	Komödie	F	Prokino	2008	2.290.497
6	Asterix & Obelix: Mission Cleopatra	Komödie, Abenteuerfilm,	F	Tobis	2002	1.614.311
7	Asterix bei den olympischen Spielen	Komödie, Abenteuerfilm	D, E, F	Constantin	2008	1.564.993
8	Transporter 3	Actionfilm	F	Universum	2008	1.354.731
9	8 Frauen	Komödie	F	Constantin	2002	1.345.630
10	Die drei Musketiere	Komödie, Abenteuerfilm	D, GB, F	Constantin	2011	1.220.793

Tabelle 1: Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Deutschland

Die Hitliste führt der Film „Ziemlich beste Freunde“ mit 8,8 Millionen Besucher an. Auf Platz zwei liegt der Film „Das Parfum“ und auf Platz drei „Das fünfte Element“. Was das Genre anbelangt, so finden sich viele Komödien, Dramen und Abenteuerfilme in der Hitliste. Lediglich sechs Filme sind rein französische Produktionen, die andern vier Fil-

81 Quelle: Spio.de; Zugriff am 15.06.2014

82 Quelle: ffa.de; Zugriff am 15.06.2014

me entstanden in Zusammenarbeit mit Deutschland, Spanien und dem Vereinigten Königreich. Obwohl ein Zeitraum von über 20 Jahren untersucht wurde, entstanden neun von zehn der beliebtesten Filme zwischen 2001 und 2013. Genau die Hälfte der Filme wurde zwischen 2008 und 2013 produziert, was bedeutet, dass sich gerade ab 2008 die französischen Produktionen vermehrt durchsetzen konnten.

4.1.2 Fazit

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass die Deutschen im Vergleich zu den Franzosen keine großen Kinoliebhaber sind. Vergleicht man die Einwohnerzahl von Deutschland mit 81,8 Millionen mit der von Frankreich mit 65,7 Millionen und rechnet dies auf die Besucherzahlen des jeweiligen Landes 129,7 (Deutschland, 2013) und 193,6 (Frankreich, 2013) herunter, so ist deutlich zu erkennen, dass Frankreich mehr Kinobesuche (2,94) pro Kopf aufweisen kann als Deutschland.

Mit den Komödien kann Frankreich beim deutschen Publikum besonders punkten. Speziell seit dem Erscheinen von „Die fabelhafte Welt der Amélie“ entschieden sich die Deutschen immer öfter für französische Filme. Ein allgemein positives Ergebnis.

4.2 Der österreichische Filmmarkt

Die unmittelbare Nähe zu Deutschland hat in Österreich zu einer starken Einflussnahme deutscher Medienkonzerne geführt, und so ist es auch im Bereich der „Film- und Kinolandschaft zu Marktdominanzen gekommen.“⁸³

„Filmhistoriker weisen immer wieder darauf hin, dass Österreich kein Filmproduktionsland ist, und dass sein Schicksal darin liegt, dass es von Deutschland, dem mächtigen Nachbarland im Norden, überschattet wird. Aber es gibt mindestens drei wesentliche Fakten, die diese scheinbar selbstverständliche Beurteilung erschweren: Erstens, seit den frühen 60er Jahren hat Österreich eine sehr markante filmische Stimme entwickelt, hauptsächlich im experimentellen und Avantgarde-Kino verbunden [...] und Mitte der 70er Jahre in Form eines Autorenkinos mit mindestens einem halben Dutzend international anerkannter Regisseure, unter ihnen Franz Novotny, Peter Patzak, Niki List und Michael Haneke. Zweitens hat Österreich, fast seit den Anfängen des Kinos, den kommerziellen Produktionssektor gepflegt. [...] Dennoch verfügen diese Produktionen eine deutliche filmische Tradition, welche über einen längeren Zeitraum eine besondere Art

83 Vitz, Peter R: Medienkonzentration in Europa, S. 74

von Kontinuität in seinen Themen und Genres aufweisen.“⁸⁴ Somit kann von Österreich definitiv behauptet werden, dass es ein Produktionsland ist, wenn auch ein kleineres als Deutschland. Speziell Michael Haneke (Film: Das weiße Band) ist hervorzuheben, da er verstärkt mit Frankreich zusammengearbeitet hat, was sich auch in den Top-10-Hitliste der französischen Filme in Österreich zeigt.

Anzahl der Kinobesuche in Österreich von 1993 bis 2013

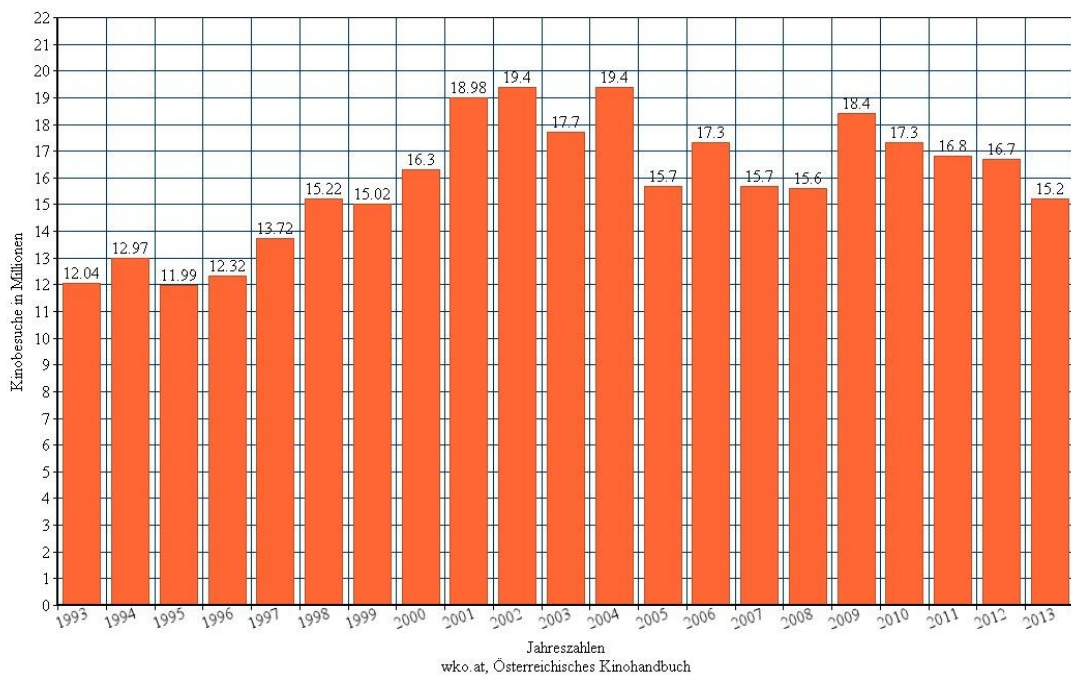


Abbildung 10: Anzahl der Kinobesuche in Österreich von 1993 bis 2013

Österreichs Kinolandschaft ist geprägt durch Multiplex-Kinos, was auf die „relativ liberale Betriebsansiedlungs- und Standort-Genehmigungspolitik“ zurückzuführen ist. „Dazu kommen die sehr guten Wirtschafts- und Sozialdaten, die die Österreicher, auch die jungen (denn die Kernzielgruppe der Multiplex-Betreiber sind die 14- bis 25-jährigen), zu gefragten Kino- und Entertainment-Konsumenten machen.“⁸⁵ Steigende Besucherzahlen, wie die untere Statistik zeigt, macht Österreich zu einem beliebten Kino-markt.

Bei einer Befragung unter Österreichern im Jahr 2012⁸⁶ landeten Filme auf Platz fünf der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Auf den Plätzen eins bis vier befinden sich

⁸⁴ Elsaesser, Thomas: Encyclopedia of European Cinema, S. 21 - 24

⁸⁵ Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Ungerböck, Andreas: Österreichisches Kinohandbuch 2000/2001, S. 12

⁸⁶ Quelle: Statistik im Anhang 7

Internet, Musik, Reisen und Nachrichten. Laut Statistik sind Filme besonders beliebt bei Frauen zwischen 16 und 34 Jahren.

Die oben angeführte Statistik zeigt die Entwicklung der Kinobesuche in Österreich von 1993 bis 2013. Zählte man im Jahr 1993 noch 12,04 Millionen Besucher, so waren es 2013 15,2 Millionen Besucher – dies ist eine Zunahme von 26 %. Die Jahre 2002 und 2004 weisen beide eine Besucherzahl von 19,4 Millionen auf und gelten somit als die zahlenstärksten Jahre. Mit 11,99 Millionen Besucher stellt das Jahr 1995 das schlechteste Jahr des untersuchten Zeitraumes dar. Generell haben sich die Besucherzahlen jedoch positiv entwickelt.

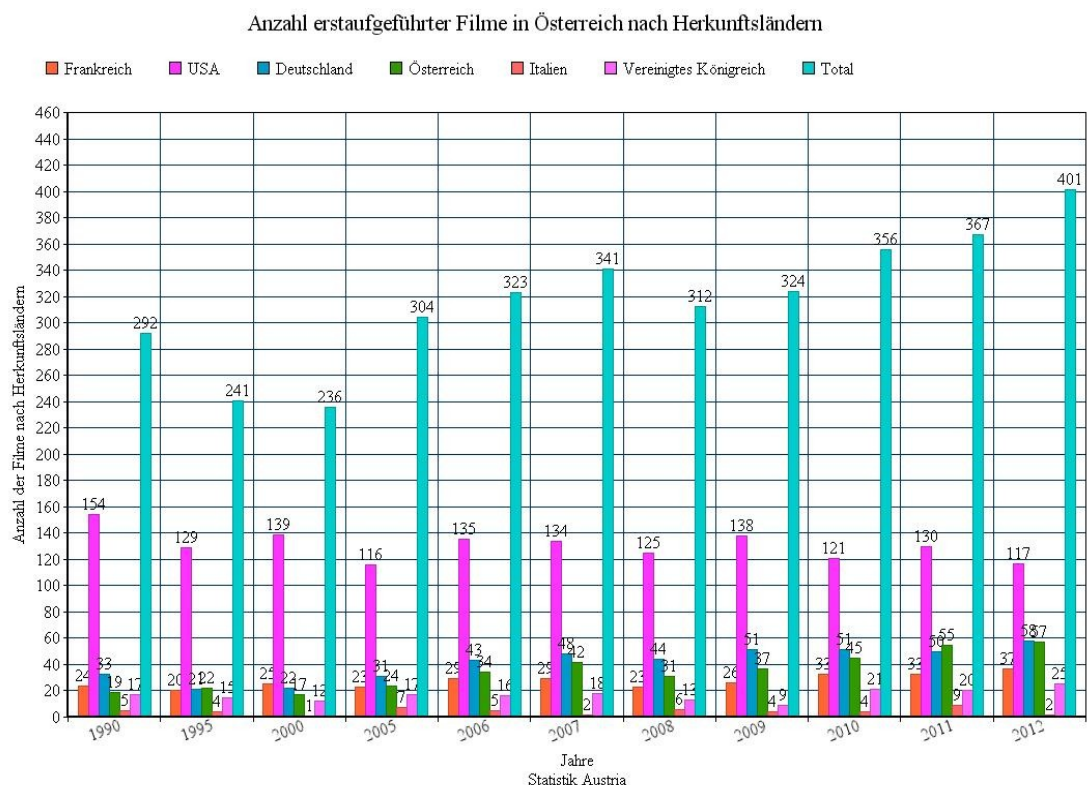


Abbildung 11: Anzahl erstaufgeführter Filme in Österreich nach Herkunftsländern

Die Statistik oben zeigt die Anzahl der erstaufgeführten Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Zeitraum von 1990 bis 2012. Es ist deutlich zu erkennen, dass jährlich mehr Filme aufgeführt wurden und dass die USA über den größten Anteil verfügt, wobei dieser über die Jahre immer weniger wurde. Kamen 1990 noch 24 Filme aus Frankreich, so waren es 2012 schon 32 Filme – das sind 8 Filme mehr. Stark zugenommen haben die Filme aus Deutschland und Österreich.

Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 1995

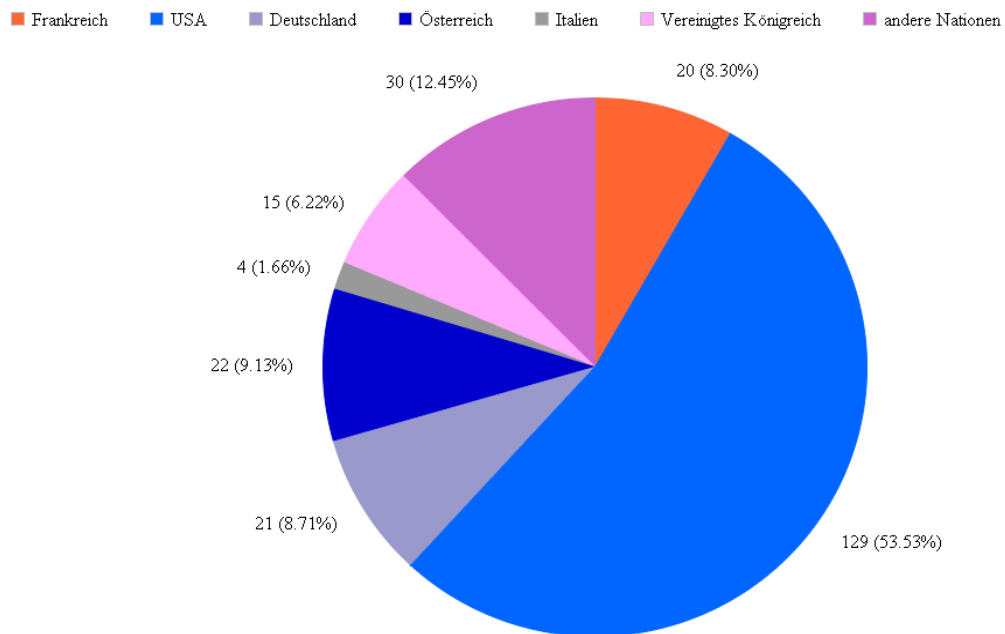


Abbildung 12: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 1995

Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2000

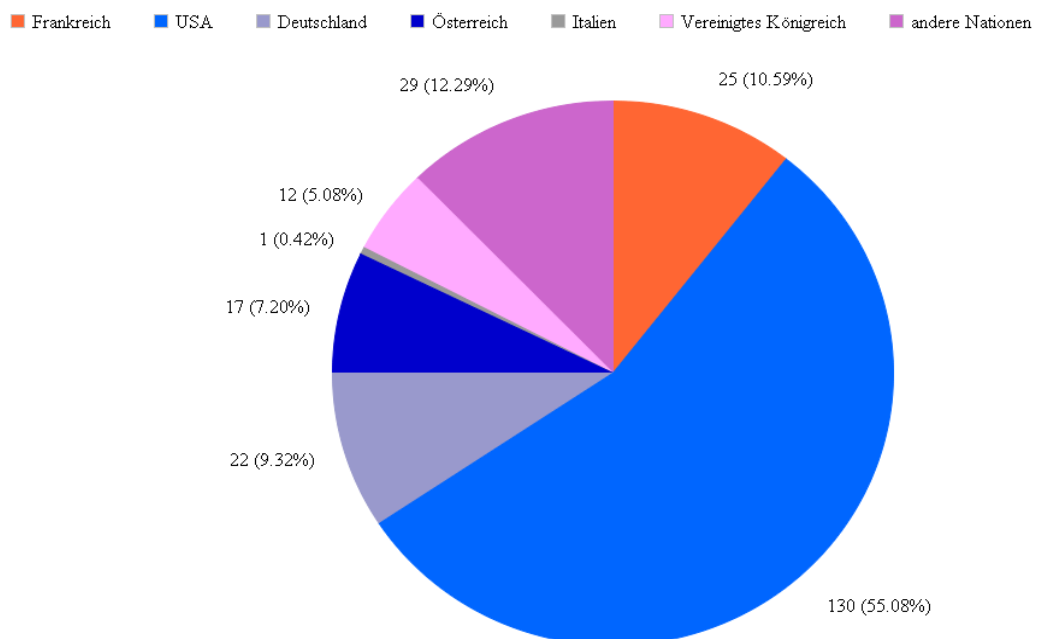


Abbildung 13: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2000

Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2005

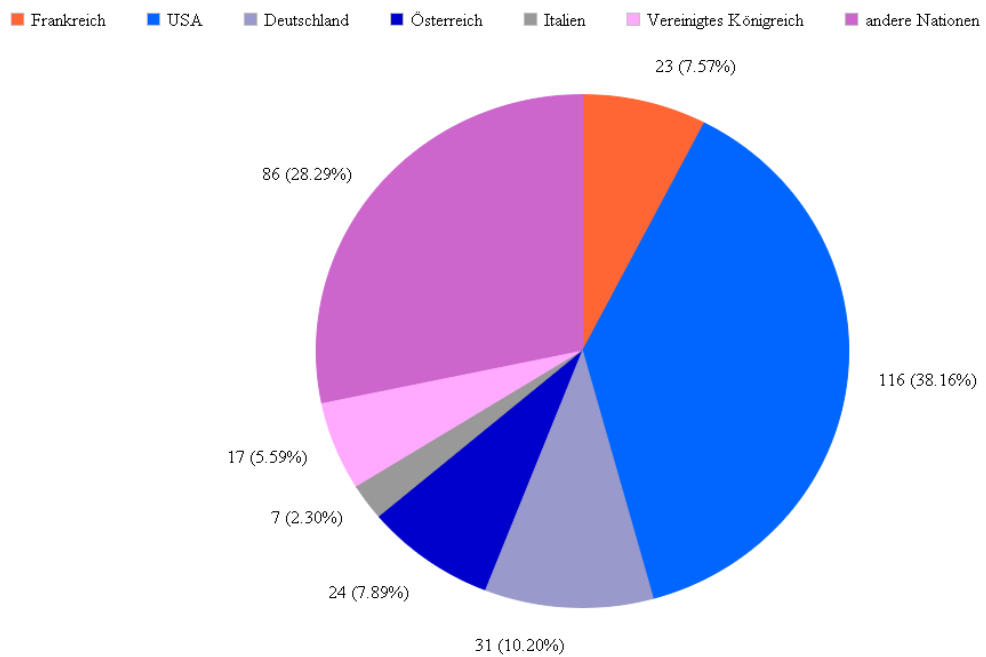


Abbildung 14: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2005

Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2010

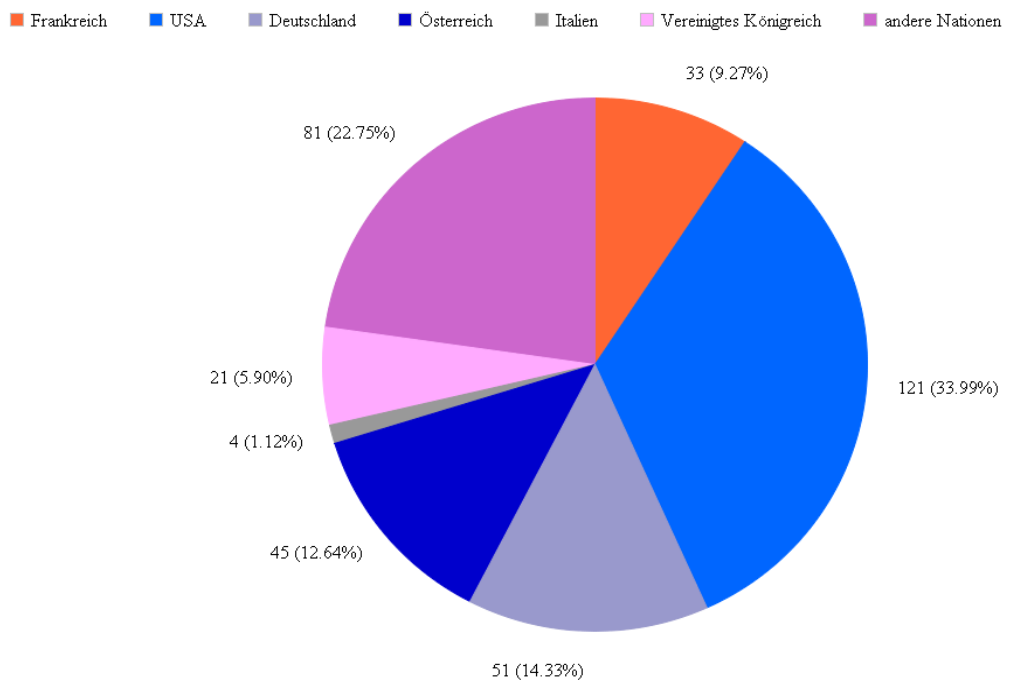


Abbildung 15: Marktanteile der Filme in Österreich nach Herkunftsländern im Jahr 2010

Die vier oben angeführten Diagramme zeigen den Marktanteil der erstaufgeführten Filme nach Herkunftsländern in Österreich in den Jahren 1995, 2000, 2005 und 2010⁸⁷. In allen Jahren hat die USA den größten Anteil, der zwischen 33 und 55 Prozent liegt. Zu beobachten ist jedoch, dass sich der Anteil verringert hat: Lag er 1995 noch bei 53 Prozent, so lag er im Jahr 2010 nur noch bei 33 Prozent – das ist ein Rückgang von 10%. Was die französischen Filme anbelangt, so liegen dessen Anteile zwischen sieben und zehn Prozent. Im Jahr 1995 lag der Anteil der Filme aus Frankreich bei acht Prozent, während der Anteil im Jahr 2010 bei neun Prozent lag. Somit sind es über diese 15 Jahre gesehen nur 2% mehr.

Laut Filmwirtschaftsbericht des Jahres 2012 ist auch in Österreich das Phänomen zu beobachten, dass es „[...] ein steigendes Angebot an Filmen aus den Herkunftsländern migrantischer Bevölkerungsanteile (gibt). Die Anzahl türkischer Filme erreichte 2012 22 Produktionen (um drei mehr als im Jahr davor) und liegt damit gleichauf mit UK-Produktionen. Die Türkei als Herkunftsländ von erstaufgeführten Filmen liegt damit auf dem fünften Rang hinter den USA, Deutschland, Österreich und Frankreich.“⁸⁸

87 Quelle: statistik.at; Zugriff am 15.06.2014

88 Quelle: filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte, Zugriff am 15.06.2014

4.2.1 Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Österreich⁸⁹

Platz	Name	Genre	Produktionsländer	Verleiher	Kinostart	Besucherzahl gesamt
1	Ziemlich beste Freunde	Drama, Biografie, Komödie	F	Senator	2012	725.952
2	Das Parfum – die Geschichte eines Mörders	Drama, Thriller	D, E, F	Constantin	2006	598.884
3	Asterix bei den Olympischen Spielen	Komödie, Abenteuerfilm	D, E, F	Constantin	2008	281.743
4	The Tourist	Thriller	USA, F	Elmo Movieworld	2010	194.630
5	Wüstenblume	Drama	D, AT, F	Filmladen	2009	187.266
6	Die drei Musketiere	Komödie, Abenteuerfilm	D, GB, F	Constantin	2011	169.525
7	Willkommen bei den Sch'tis	Komödie	F	Luna Film	2008	153.928
8	Transporter 3	Actionfilm	F	Constantin	2008	151.691
9	96 Hours – Taken 2	Actionfilm, Thriller	F	Constantin	2012	120.952
10	Das weiße Band	Drama	D, AT, F, IT	Filmladen	2009	120.460

Tabelle 2: Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in Österreich

Auch in Österreich wird die Hitliste vom Film „Ziemlich beste Freunde“ angeführt: Mit 725.952 steht er an der Spitze der Top-10 der beliebtesten französischen Filme in Österreich. Auf Platz zwei liegt der Film „Das Parfum“, und auf dem dritten Platz befindet sich der Zeichentrickfilm „Asterix bei den Olympischen Spielen“. Sechs der zehn Filme wurden mit anderen Ländern koproduziert. Die Top-10 werden von Dramen, Actionfilmen, Komödien und Abenteuerfilmen dominiert. Dabei wurden acht Filme zwischen 2008 und 2013 produziert – alle zehn Filme entstanden zwischen 2006 und 2013. Somit wurden ab 2006 die französischen Filme in Österreich beliebter. Laut Filmwirtschaftsbericht kamen beispielsweise 2012, dem Erscheinungsjahr von „Ziemlich beste Freunde“, 100 Komödien und 94 Dramen in die österreichischen Kinos – sie machen

⁸⁹ Quelle: filmwirtschaftsbericht.filminstitut.at; Zugriff am 15.06.2014

damit 54% des Gesamtanteils aus. Die höchsten Besucherzahlen wiesen jedoch die Action- und Animationsfilme mit durchschnittlich 100.000 verkauften Kinokarten auf.

4.2.2 Fazit

Die Österreicher haben das Kino für sich entdeckt. Sowohl die Besucherzahlen, als auch die Anzahl der erstaufgeführten Filme haben sich in den letzten 20 Jahren erhöht. Ein positiver Zuwachs ist auch bei den französischen Filmen zu erkennen, und dies besonders ab 2008. Zu den beliebtesten Genres der französischen Filme in Österreich zählen die Komödie und Action-Filme. Besonders auffallend: der Anteil der US-amerikanischen Produktionen hat stark abgenommen, während deutsche und österreichische Filme immer beliebter werden.

4.3 Der Schweizer Filmmarkt

Der Schweizer Kinomarkt ist geprägt durch drei Sprachgebiete unterschiedlicher Größe: Deutsch, Französisch und Italienisch: „In wirtschaftlicher Hinsicht wird der Schweizer Filmmarkt dominiert von importierten Filmen, im speziellen von amerikanischen und französischen Produktionen.“⁹⁰ Im Gegensatz zu Deutschland und Österreich gilt die Schweiz nicht unbedingt als Film-Produktionsland. Durch die drei Sprachbereiche können jedoch leicht Filme der Original-Sprache aus Italien, Frankreich und Deutschland importiert werden.

Durch die französische Schweiz und somit einer gemeinsamen Sprache besteht eine engere Verbindung zu Frankreich, wie es beispielsweise Deutschland oder Österreich hat. Somit fallen für diesen Teil der Schweiz die Synchronisation der Filme weg. Generell ähnelt die Filmkultur der Schweizer mehr mit der französischen, da das Kino an sich noch einen höheren Stellenwert in der Gesellschaft hat, als in Österreich oder Deutschland. Dies zeigt sich auch anhand der Zahlen: während der erfolgreichste Film „Ziemlich beste Freunde“ in Österreich 725.952 Besucher (bei 8,5 Mio. Einwohnern) erreichte, schauten sich 1,4 Millionen Schweizer (bei 8 Mio. Einwohner) den Film an. Das sind doppelt so viele Besucher wie in Österreich.

Filme gehören zum festen Bestandteil der Freizeitgestaltung der Schweizer. Bei einer Befragung im Jahr 2012⁹¹ nehmen Filme den fünften Platz bei den beliebtesten Frei-

90 Cosandey, Roland: Encyclopedia of European Cinema, S. 414

91 Quelle: Statistik im Anhang 5

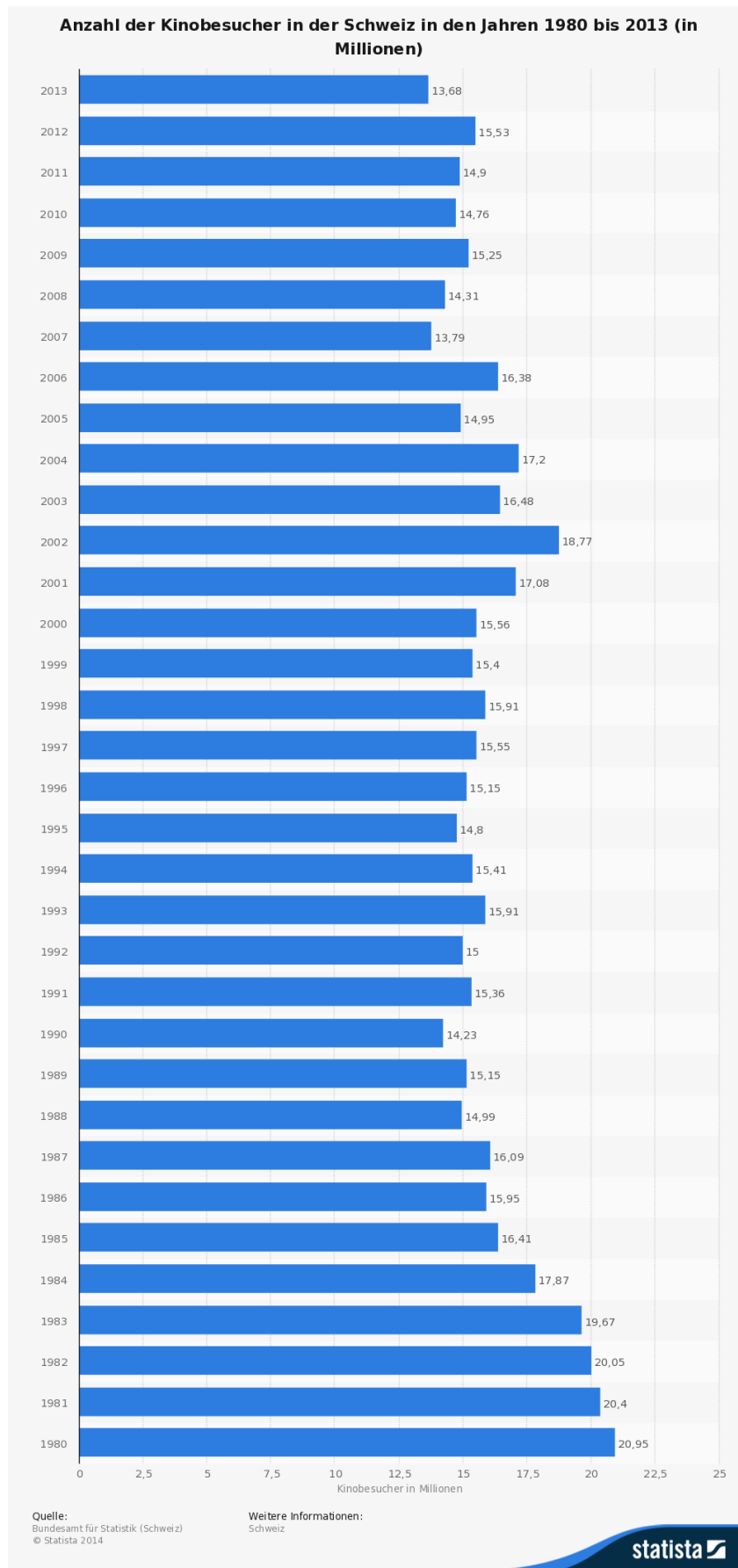


Abbildung 16: Anzahl der Kinobesucher in der Schweiz in den Jahren 1980 bis 2013

zeitaktivitäten ein. Die beliebteste Freizeitbeschäftigung ist die Musik, gefolgt von Internet, Reisen und Nachrichten. Besonders beliebt sind Filme bei Männern zwischen 16 und 34 Jahren. 45 % der 12- bis 19-Jährigen gehen ein Mal pro Monat ins Kino⁹², 35% sogar noch seltener. Lediglich 2% der Befragten besuchen ein Mal pro Woche ein Kino.

Die oben angeführte Statistik zeigt die Entwicklung der Kino-Besucherzahlen in der Schweiz von 1980 bis 2013, wobei sich die Untersuchungen nur auf den Zeitraum ab 1993 bis 2013 beziehen. 1993 gingen 15,91 Millionen Schweizer ins Kino, während 2013 lediglich 13,68 Millionen Besucher gezählt wurden – dieses Jahr gilt als das Jahr mit den wenigsten Besuchern der letzten 20 Jahre. Das sind 2,23 Millionen weniger – ein Rückgang von 14 Prozent. Am meisten Besucher zählte das Jahr 2002 mit 18,77 Millionen. Ansonsten ergeben sich keine großen Schwankungen – die Besucherzahlen liegen meist zwischen 14 und 15 Mio. Besuchern pro Jahr.

92 Quelle: Statistik im Anhang 6

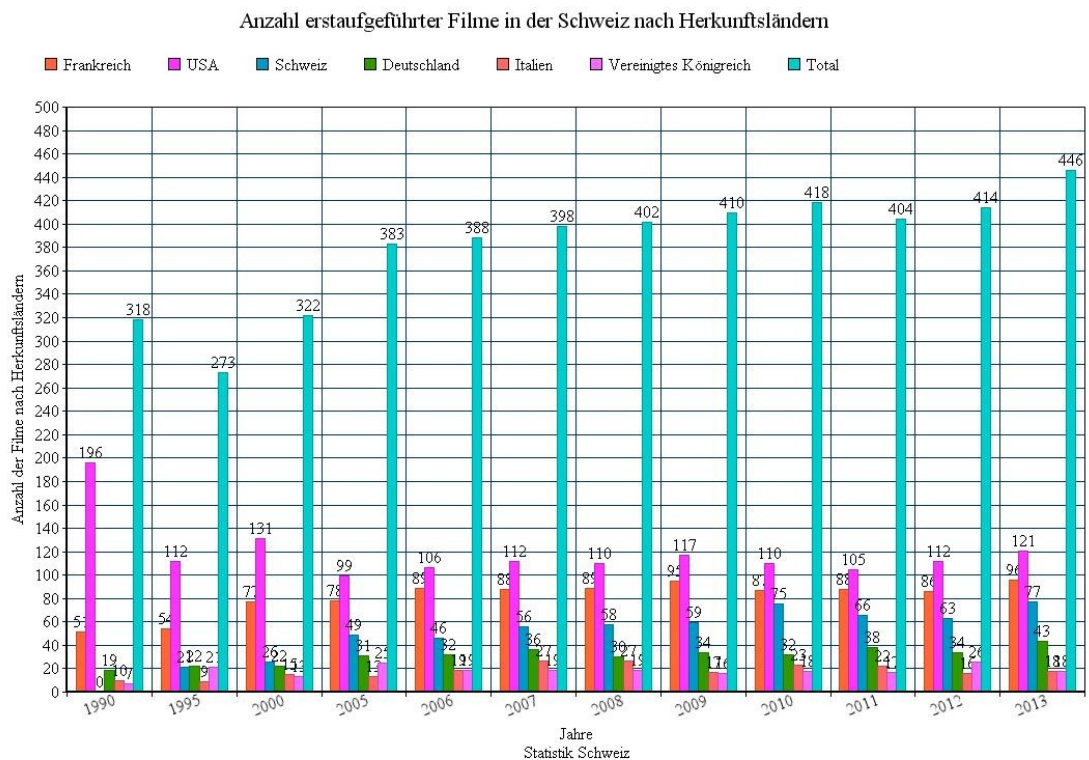


Abbildung 17: Anzahl erstaufgeführter Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern

Die Statistik oben zeigt die Anzahl der erstaufgeführten Film in der Schweiz nach Herkunftsländern zwischen 1990 und 2013. Die Zahl der erstaufgeführten Filme hat sich von 318 im Jahr 1990 auf 446 im Jahr 2013 erhöht. Die USA hat in jedem Jahr die meisten Filme importiert, wobei ein Rückgang zu erkennen ist. Waren es 1990 noch 196, so waren es 2013 nur noch 121 Filme. Erfreulich ist die Zahl der erstaufgeführten Filme aus Frankreich – 1990 waren es noch 51 und 2013 schon 96 französische Filme, das ist ein Zuwachs von 45 Filmen über einen Zeitraum von 23 Jahren. Einen deutlichen Zuwachs kann man auch bei den deutschsprachigen Filmen erkennen, wobei besonders die Filme aus der Schweiz ihren Anteil erhöhen konnten.

Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 1995

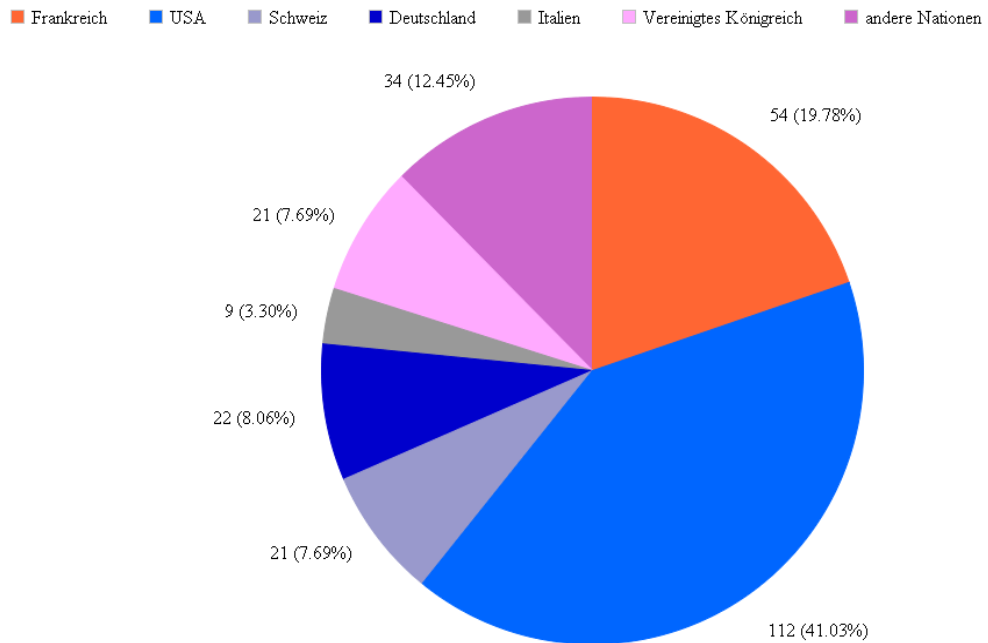


Abbildung 18: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 1995

Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2000

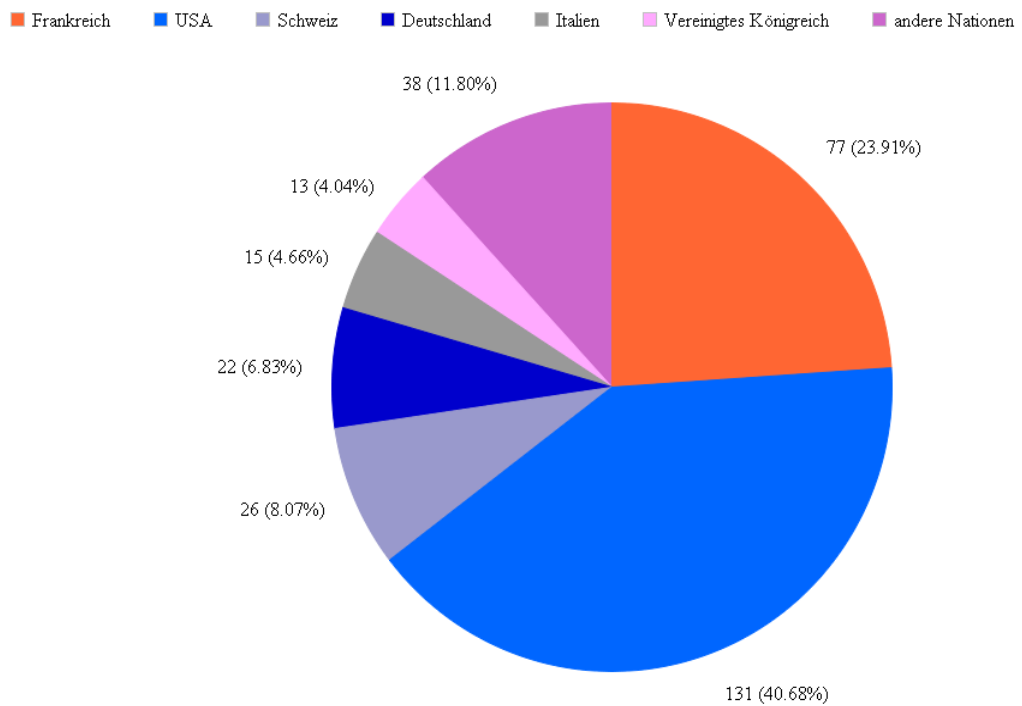


Abbildung 19: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2000

Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2005

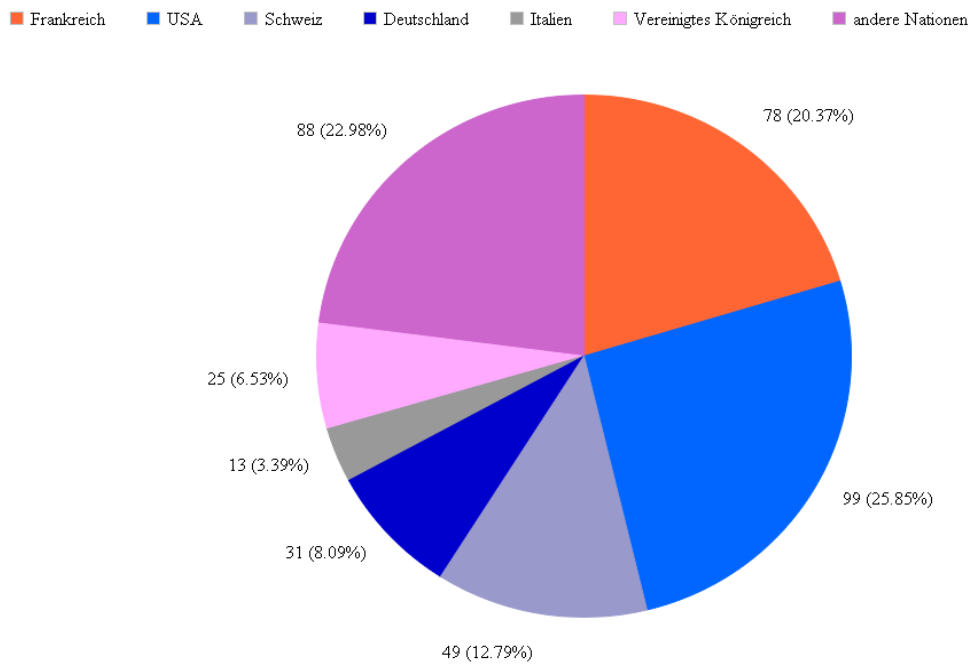


Abbildung 20: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2005

Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2010

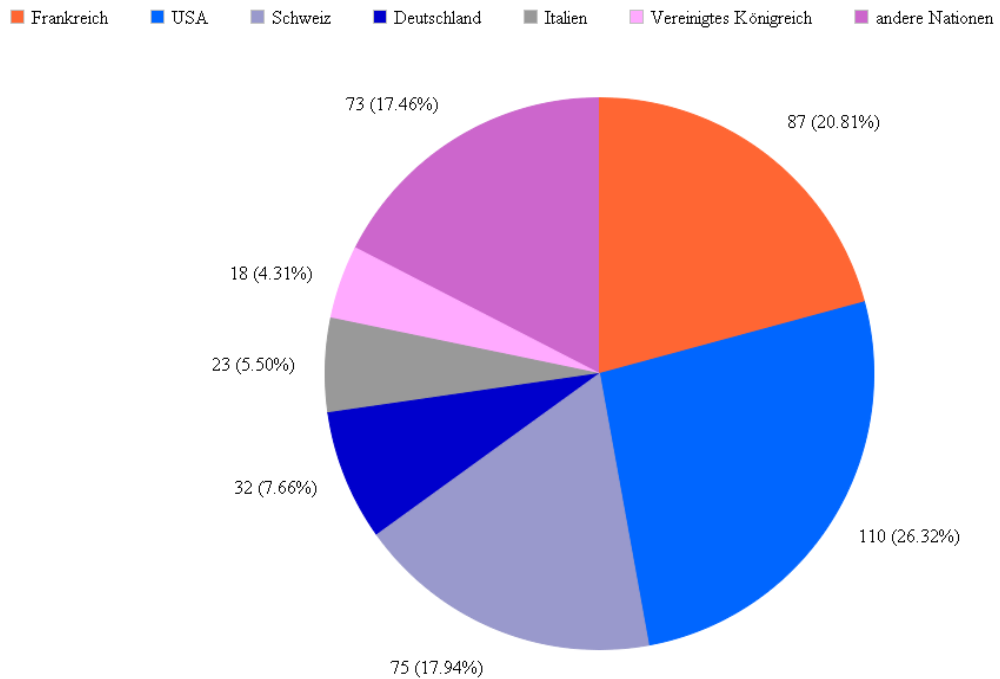


Abbildung 21: Marktanteile der Filme in der Schweiz nach Herkunftsländern im Jahr 2010

Die vier oben angeführten Diagramme zeigen den Marktanteil der erstaufgeführten Filme nach Herkunftsländern in der Schweiz in den Jahren 1995, 2000, 2005 und 2010⁹³. Den größten Anteil in allen vier Jahren hat die USA zu verzeichnen, wobei dieser von Jahr zu Jahr niedriger wurde: 1995 lag der Anteil bei 40% und 2010 nur noch bei 26% - ein Rückgang von 14%. Der Anteil der französischen Filme in der Schweiz liegt in den vier Jahren zwischen 19 und 23% und weist somit keine großen Schwankungen auf. Den größten Zuwachs haben die Filme aus der Schweiz – 1995 lag ihr Anteil bei 7% und 2010 waren es schon 17 Prozent - dies bedeutet eine Steigerung von 10%.

4.3.1 Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in der Schweiz⁹⁴

Platz	Name	Genre	Produktionsländer	Verleiher	Kinostart	Besucherzahl gesamt
1	Ziemlich beste Freunde	Drama, Biografie, Komödie	F	Frenetic	2012	1.444.165
2	Willkommen bei den Sch'tis	Komödie	F	Pathé	2008	809.046
3	Die fabelhafte Welt der Amélie	Liebesfilm, Drama, Komödie	D, F	Filmcoop!	2001	677.397
4	Asterix & Obelix: Mission Cleopatra	Komödie, Abenteuerfilm	F	Pathé	2002	496.829
5	Das Parfum – die Geschichte eines Mörders	Drama, Thriller	D, E, F	Rialto	2006	397.689
6	Asterix & Obelix gegen Cäsar	Komödie, Abenteuerfilm	F	Pathé	1999	396.479
7	Das Fünfte Element	Fantasy, Science Fiction	F	Pathé	1997	389.895
8	Microcosmos – Volk der Gräser	Dokumentarfilm	F	JMH	1996	381.108
9	Nichts zu verzollen	Komödie	F	Pathé	2011	351.779
10	Geheimnis der Zugvögel	Dokumentarfilm	F	JMH	2001	314.432

Tabelle 3: Top-10-Hitliste der erfolgreichsten französischen Filme in der Schweiz

93 Quelle: bfs.admin.ch/bfs/portal/de; Zugriff am 15.06.2014

94 Quelle: procinema.ch; Zugriff am 15.06.2014

In der Schweiz zeigt sich eine ähnliche Situation wie in Österreich und in Deutschland: die Liste wird angeführt von „Ziemlich beste Freunde“ mit 1.444.165 Millionen Besuchern. Es folgen die Komödie „Willkommen bei den Sch'tis“ und „Die fabelhafte Welt der Amélie“. Auch hier dominieren Dramen, Komödien und Abenteuerfilme bei den Genres. Jedoch taucht in der Hitliste der Schweiz ein neues Genre auf: der Dokumentarfilm. Auffällig hier: acht von zehn Filmen sind rein französische Produktionen. Sieben Filme der Hitliste wurden ab 2001 produziert – nur drei Filme kommen aus den 90er Jahren.

4.3.2 Fazit

Von den drei deutschsprachigen Ländern ist die Schweiz das Land mit der größten Affinität zum Kino. Die Besucherzahlen sind in den letzten 20 Jahren relativ gleich geblieben. Der Anteil der französischen Filme ist über diesen Zeitraum hinweg auch konstant bei ca. 20% geblieben. Auffallend ist, dass sich der Marktanteil der amerikanischen Produktionen verringert hat und der Anteil der Schweizer Filme erhöht. Beliebt bei den Schweizer sind die Genres Komödie, Action und auch zwei Dokumentarfilme finden sich in den Top-10 der beliebtesten französischen Filme in der Schweiz.

5 Wandel des Genres

Die Top-10-Hitliste hat eindeutig ergeben, dass das Genre Komödie das populärste ist und im nachfolgenden Teil wird untersucht, wieso dieses Genre gerade punkten konnte, das früher mit seinem leichten französischen Klamauk abgetan wurde. Es soll gezeigt werden, dass die Komödie, das beliebteste franz. Genre, sich von seichter Komödie und Klamauk zu einer anspruchsvolleren Komödie mit sozial-realistischen Tendenzen gemausert hat und somit erfolgreicher geworden ist. Um über Genres sprechen zu können wird zuvor der Begriff Genre definiert, eingegrenzt und beschrieben. Am Ende des Kapitels werden die derzeitigen populären Genres aufgegriffen.

5.1 Definition des Begriffs Genre

Die passendste Definition für den Begriff Genre bietet die *Moderne Film Theorie*⁹⁵, sie sieht die Entstehung von Genres „als eine längere 'Inkubationszeit' [...], in der innerhalb einer Kulturphase Motive, Sujets und erzählerische Konstruktionen zu einer Form bzw. einem Schema entwickelt werden, das in einzelnen Medien häufig benutzt und in den kulturellen Diskursen schließlich als Genre mit einem Namen versehen wird. Als Genre verstehen wir eine Produktgruppe erst dann, wenn sich ein konstitutives Bewusstsein von diesem Genre bei Produzierenden und Rezipienten nachhaltig herausgebildet hat.“ Dies setzt einen bestimmten Zeitrahmen und auch das dementsprechende Bewusstsein der Rezipienten in Zusammenhang mit deren Kultur voraus.

Zum Vergleich definiert die Medienwissenschaft die Gattung „nicht durch eine inhaltliche Struktur, sondern durch darstellerischen Modus (z.B. Spiel-, Dokumentarfilm) und durch die Verwendung (z.B. Werbe-, Lehr-, Experimentalfilm).“ Letztendlich hängt die genaue Definition vom Zuschauer ab, wobei die Einteilung von Filmen in ein Genre schon im Vorhinein eine Funktion für verschiedene Akteure hat:

Für Filmkritiker „dienen Genres der schnellen Zuordnung eines Films zu einzelnen Erzähltraditionen und dem Vergleich mit anderen Filmen innerhalb einer Produktgruppe, und sie dienen dem Leser der Kritiken und dem Kinobesucher der reinen Rezeptionssteuerung.“ Durch diese Zuordnung kann binnen kürzester Zeit ein Vergleich mit ähnlichen Filmen gezogen und somit vom Zuschauer dementsprechend eingeteilt werden.

95 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Hickethier, Knut: *Moderne Film Theorie*, S. 62 - 74

Auch die Beziehung zwischen den Zuschauern und den Filmschaffenden wird durch Genres beeinflusst, denn „Genres sind zunächst einmal Verständigungsbegriffe. Sie dienen als Klassifikation unterschiedlicher Filme der Kommunikation über Filme, sowohl auf der Rezipienten- als auch auf der Produzentenseite sowie zwischen beiden Seiten. Genres stehen für Organisation von Wissen über die filmische Gestaltung und regulieren die Produktion von Filmen. Sie geben Orientierung vor, stiften Erwartungen und determinieren die Rezeption. Als Begriffe der Verständigung stehen sie in Beziehung zu Filmeigenschaften, werden aber auch durch die kommunikative Verwendung innerhalb der Diskurse geprägt.“ Die moderne Filmtheorie sieht die Einteilung in Genres als einen „dynamischen Austauschprozess zwischen der Filmindustrie und dem Filmpublikum“⁹⁶, da sowohl die Erwartungen der Zuschauer, als auch die Erwartungen der Produzenten und Filmemacher erfüllt werden müssen. Genres funktionieren also nur durch das sich beeinflussende Wechselspiel zwischen Rezipienten und Produzenten, wobei die Einteilung und deren Definition das Bindeglied darstellt.

Heute basiert die Einteilung der Filme in Genres durch die Rezipienten auf einer „computergestützten Kommunikation“, welche zum Zweck hat „schnell erste Einschätzungen über einzelne Medienprodukte zu ermöglichen.“⁹⁷ Des Weiteren muss die Filmindustrie für jeden neuen Film ein neues Image schaffen, denn „in gewisser Weise ist das Image ein Versprechen, dass nach Kauf der Kinokarte durch das Filmerlebnis eingelöst werden soll.“⁹⁸ Durch Vorschauen und Ankündigungen im Internet sowie einer komplett mitgelieferten Markenwelt wird schon vorab versucht, das Image eines Films in eine bestimmte Richtung zu lenken.

Filme in Genres einzuteilen spielt zudem eine wichtige Rolle im Rezeptionsprozess, denn:

„Die Bezeichnungen für Genres (sind) letztlich „unscharf“ und damit im kommunikativen Gebrauch flexibel. Sie sollen im Rezeptionsprozess z.B. die ohnehin eher diffusen Vorstellungen von Gruppen von Medienangeboten artikulieren. Diese Artikulation ist offenbar zunächst leichter möglich, wenn der Begriff nicht durch allzu präzise Festlegungen, Assoziationen und Erwartungen auslöst, die vom konkreten einzelnen Film vielleicht nicht erfüllt werden.“⁹⁹ Somit kann es durch einzelne Rezipienten immer wieder zu Fehlinterpretationen kommen, die sich in der Rezeption wiedergeben. Dies äußert

⁹⁶ Winter, Rainer: Filmsoziologie, S. 39

⁹⁷ Hickethier, Knut: Moderne Film Theorie, S. 64

⁹⁸ Winter, Rainer: Filmsoziologie, S. 39

⁹⁹ Hickethier, Knut: Moderne Film Theorie, S. 65

sich dann meist darin, dass ein Film nicht gemocht wird, weil er mit Filmen desselben Genres verglichen wird. Genres kommunizieren automatisch Erwartungen, aber die Erwartungen der Rezipienten an einen Film und sein Genre sind, neben dem narrativen Image eines Genres, zusätzlich mit einer Vielzahl von Faktoren verbunden: die mitwirkenden Film-Stars, Artikel in Filmzeitschriften und Feuilletons, Fernsehvorschauen, Filmplakate und Anzeigen usw.¹⁰⁰ Somit beeinflussen viele Faktoren die endgültige Definition eines Genres: Rezipienten, deren Rezeption, Filmschaffende, Produzenten, Vermarktungsstrategien, Artikel, Rezensionen, Vorschauen, Anzeigen, um nur einige davon zu nennen.

Besondere Vorsicht ist geboten, wenn Filme eines Genres aus verschiedenen Epochen miteinander verglichen werden:¹⁰¹

Genres sind Konstruktionen, die historisch gesehen als veränderbar gelten und die zeitbedingt internen und externen Beeinflussungen ausgesetzt sind. Deshalb sind Genres, trotz Definition, veränderbar. Eine Veränderung innerhalb des Genres passiert mit jedem neuen Film, der diesem zugeordnet wird. „Zugespitzt formuliert bedeutet dies: Filme, die aus unterschiedlichen Epochen stammen und einem Genre zugeschrieben werden, können so different sein, dass die Verwendung des gleichen Begriffs problematisch wird.“ Anders gesagt bedeutet dies, dass eine Komödie aus den 50ern nicht mit einer Komödie von heute verglichen werden kann. Der Humor und auch die technischen Möglichkeiten des Films haben sich verändert. Noch größer ist der Unterschied bei Genres, welche vom technischen Fortschritt leben, z.B. Action-Filme. Vergleicht man Action-Filme aus den 90ern mit den heutigen Filmen, so empfindet man die frühen Action-Filme als schlecht produziert. Durch jeden neuen Film wird das Genre auf ein Neues verändert und erweitert, dieser Prozess muss bei der Zuordnung eines Films in ein Genre beachtet werden.

5.2 Wandel des Genres von französischen Filmen

Wenn man vom typischen Genre des französischen Films spricht, so wird es posthum mit dem Autorenkino konnotiert, denn „obwohl die traditionellen Genres des französischen Kinos - 'Policiers', Komödien, Sozialdramen, Kostümfilme, usw. - [...] sich insgesamt besser behaupteten als ähnliche Filme im übrigen europäischen Kino, war die bedeutendste Entwicklung im französischen Kino, besonders während der Jahre der Nou-

¹⁰⁰ Winter, Rainer: Filmsoziologie, S. 39

¹⁰¹ Zu den folgenden Ausführungen vgl.: Hickethier Knut, Moderne Film Theorie, S. 70, 71

velle Vague, die Ausbreitung des Autorenfilms.“¹⁰² Gerade der Autorenfilm durchlebte einen besonderen Wandel¹⁰³, welcher durch folgende Theorie gestützt ist:

„An vielen Genres lässt sich beobachten, dass sie phasenweise erstarken, um in anderen Phasen weniger dominant zu sein oder möglicherweise irgendwann sogar ganz zu verschwinden. [...] Ebenso können Genres sich anlässlich bestimmter kultureller Entwicklungen ausdifferenzieren [...] Häufiger als das vollständige Verschwinden oder Entstehen einzelner Genres ist deren ständige Modifikation: die Erzählmuster verändern sich, z.B. indem neue Lösungen für die Standardkonflikte gesucht und gefunden werden.“¹⁰⁴ Der französische Autorenfilm war stets präsent im internationalen Filmmarkt. Durch die Jahre hinweg hat er sich durch die Regisseure, die sich ihm bedienten, verändert, aber auch weiterentwickelt.

Die Filme der 60er Jahre waren in Frankreich geprägt durch Klamauk-Stars wie Louis de Funès und Bourvil, da diese eine enorme Anziehungskraft auf das Publikum ausübten.¹⁰⁵ Diese Epoche lebte von der französischen Komödie, die größtenteils auch im restlichen Europa beliebt war, wobei es immer wieder filmische Ausnahmen gab, mit einem Humor wie ihn nur die Franzosen verstehen können.¹⁰⁶

Seit den 70er Jahren spricht man vom Ende des „klassischen Genrekinos“, was auf einen „fundamentalen Genre-Wandel“ zurückzuführen ist, da die „bewährten Schemata“ nicht mehr angemessen sind und auch „der Genre-Rahmen“ aufgebrochen wird. Jedoch sind mit der Zeit auch neue Genre-Regeln aufgetaucht, die durch den 'spielerischen Umgang' beim Zuschauer eine intime Vertrautheit mit klassischen Formen“ herstellen. All dies beschreibt wieder die Funktion der Genres: „Die Filme kommentieren Genres, und anstatt nach ihnen zu funktionieren, zeigen sie ihr Funktionieren.“¹⁰⁷ Die Klassifizierung hat sich durch den aufgebrochenen Genre-Rahmen verändert und trotzdem zeigen die neuen Genre-Einteilungen eine Verbindung zu den klassischen Merkmalen, die den Besuchern bekannt vorkommen und sie sich daran wieder orientieren können.

102 Graham, Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 531

103 Vgl. Kapitel 2.1.1.: Autorenfilm

104 Wulff, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 59 f

105 Graham, Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 539

106 Vgl. Mioč, Petra: Das junge französische Kino, S. 20

107 Zu den vorherigen Ausführungen, vgl. Wulff, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 60, 61

Dieser Wandel vollzieht sich hin zum Kino der Erlebnisse:

„Was für frühe Filmgenres die rasende Verfolgung und der drastische Humor war, sind heutzutage der Nervenkitzel nach Achterbahn-Art und die Horror- oder Slasher-Szenen: geschickt konstruierte Sequenzen, die den Erzählfluss wie im Nummernprogramm 'unterbrechen' und somit die Handlung radikal veräußerlichen.“¹⁰⁸ Die zwei beliebten französischen Genres Komödie und Krimi werden also abgelöst von aufregenderen Genres wie Thriller und Horrorfilmen. Diese Veränderung werden dem Einfluss der US-amerikanischen Blockbuster zugeschrieben. Gerade die Regisseure des *cinéma du look*, wie es nachfolgend noch beschrieben wird, bedienten sich diesen Elementen.

Neben der Erlebniskomponente entwickeln sich Genres, die sich ganz anderen Themen widmen: sozialen Themen, denn in der Geschichte Frankreichs beeinflussten zwei Ereignisse die Gesellschaft und mit ihr einige Genres: „der Algerienkrieg und die Studentische Revolte 1968.“¹⁰⁹

„Darüber hinaus findet die Auseinandersetzung mit den zentralen Problemen der französischen Gesellschaft der Gegenwart ihren ausgiebigen Niederschlag auf der Kinoleinwand, ob sich um die von Ausbeutung und Arbeitslosigkeit geprägte Arbeitswelt, um die ‚neue Armut‘ und die desolaten Lebensverhältnisse in den Banlieues, um Drogen und Beschaffungskriminalität oder um Immigration und Fremdenfeindlichkeit handelt - wobei fast keine der einschlägigen filmischen Darstellungen an dem ebenso ‚realistischen‘ wie deprimierenden Umstand vorbeikommt, die einzelnen Problemlagen und ihre Ballung gerade am Schicksal jugendlichen Handlungs- und Leidensträger zu dokumentieren.“¹¹⁰

All die oben genannten gesellschaftlichen Probleme betreffen eine bestimmte soziale Schicht:

„In zunehmendem Maß verschaffen sich aber auch Filmemacher maghrebinischer Herkunft aus der beur-/beurettes-Generation wie Karim Dridi ('Bye-bye', 1995), Malik Chibane ('Douce France', 1995) oder Vamina Benguigui ('Inch' Allah dimanche', 2001) mit ihren Innenansichten der Immigration Geltung.“¹¹¹

108 Elsaesser, Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino, S. 283

109 Prédal, René: *Le jeune cinéma*, S. 122

110 Walter, Klaus Peter: *Französische Kultur- und Medienwissenschaft*, S. 123

111 Walter, Klaus Peter: *Französische Kultur- und Medienwissenschaft*, S. 123

Diese Regisseure gelten als Erfinder eines neuen französischen Genres: das *cinéma beur*. Das Genre steht für: „Filme von und über junge Nordafrikaner der zweiten Generation. Sowohl als Spielfilm wie auch als Low-Budget-8mm Produktion steht bei *beur*-Filmen das Thema Rassismus nicht im Vordergrund, sie nutzen vielmehr verschiedene Genre, u.a. die Komödie, um ein realistisches Bild der Arbeiter-Vororte in Paris zu zeichnen.“¹¹²

Der Begriff *beur* entspringt dem Verlan, welches eine Slang-Sprache der Jugend aus den Banlieues ist. Sie unterliegt dem Prinzip der Umkehrung der Buchstabenreihenfolge. Folge dessen bedeutet *beur* eigentlich arabe. Unter diesem Begriff werden die *Secondos*, also die Immigranten der zweiten Generation aus Nordafrika, sowie ihre kulturelle Identität in Bezug auf Musik und Literatur verstanden.¹¹³

Die Moderne Film Theorie hat eine Erklärung für den Erfolg eines einzelnen Genres, wie es beim *cinéma beur* der Fall ist:

„Das Hervortreten eines Genres bindet sich in der Regel an einen besonders erfolgreichen und durch den Erfolg herausgestellten Einzelfall, dem damit für Genrekstitution eine paradigmatische Funktion zukommt.“¹¹⁴ In diese Fall ist dies der Film „Tee im Harem des Archimedes“ von Mehdi Charef, der 1985 dafür den Preis des jungen französischen Kinos in Cannes gewonnen hat.

Neben dem *cinéma beur* trat erstmals auch das *cinéma du look*¹¹⁵ in Erscheinung. Die Regisseure Jean-Jaques Beineix, Luc Besson und Leos Carax (eigentlich Alexandre Oscar Dupont) kreierten diesen postmodernen Stil, der übersetzt „Das Design ist die Botschaft“ bedeuten soll. Jedoch waren sich die Kritiker und das Publikum nicht einig, was dieses neue Genre anbelangt, da es sich beim Publikum, vor allem beim jungen Publikum, einer enormen Beliebtheit erfreuen durfte, wohingegen sich die Kritiker nicht sonderlich begeistert zeigten.

Mit dem Erscheinen von „Léon“ von Luc Besson 1994 galt die Epoche des *cinéma du look* als beendet. Sieben Jahre später tauchte ein Film auf, dessen Merkmale stark auf einen Film des *cinéma du look* hinwiesen. Beim jungen Publikum äußerst beliebt, während die Kritiker den Film als ein „Feel-Good-Movie“ belächelten: „Die fabelhafte Welt

112 Graham, Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 538 (Graham, Peter)

113 Vgl. Christen, Thomas: New Hollywood bis Dogma 95, S. 172, 173

114 Hickethier, Knut: Moderne Film Theorie, S. 71

115 Vgl. Graham, Peter: Geschichte des internationalen Films, S. 537

der Amélie“ von Jean-Pierre Jeunet. Den Erfolg von „Die fabelhafte Welt der Amélie“ sehen die Kritiker durch das: „Herausarbeiten des Fantastischen, Skurrilen aus dem Alltäglichen, das keine Berührungsängste mit den 'großen' Gefühlen kennt und in dem es zu einem Nebeneinander von Tragik und Komik kommt.“¹¹⁶

Nach dem *cinéma du look* und der Krise des Filmmarktes in den 80er Jahren entstand eine neue Bewegung: das *jeune cinéma*. Auch dieser Begriff wurde durch die *Cahiers du Cinéma* geprägt: „Er bezeichnet eine neue Entwicklung im französischen Kino, an der vor allem eine neue, junge Generation französischer Regisseure beteiligt ist.“¹¹⁷ Zu diesen Regisseuren gehören u.a. Arnaud Desplechin, Eric Rochant und Pascal Ferran, Noémie Lvovsky und Laetitia Masson. Das *jeune cinéma* ist auch geprägt durch einen neuen Typus von Schauspielern, wie Valéria Bruni-Tedeschi, Sandrine Kiberlain, Elodie Bouchez oder Emmanuel Salinger. Die Themen der Filme des jungen französischen Kinos sind eng verbunden mit Realismus und sozialen Themen, wie sie auch im *cinéma beur* aufgegriffen werden.

5.3 Aktuelle Situation des allgemein populären Genres

Die zwei unten angeführten Statistiken zeigen zum Einen die beliebtesten Filmgenres nach der durchschnittlichen Anzahl der Kinobesucher pro Film in den deutschen Kinos 2010 und 2011 und zum Anderen eine Verteilung der in Deutschland gezeigten Kinofilme nach Genres, ebenso aus den Jahren 2010 und 2011:

Auf Platz eins der beliebtesten Genres steht Fantasy/Märchen, was mit der großen Zielgruppe der Jugendlichen von Multiplex-Kinos zusammenhängt. Auf Platz zwei steht Abenteuer und auf Platz drei Animation und Zeichentrick, was wiederum auf dieses Zielpublikum zurück zu führen ist.

¹¹⁶ Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Christen, Thomas: *New Hollywood bis Dogma* 95, S. 172

¹¹⁷ Mioč, Petra: *Das junge französische Kino*, S. 20

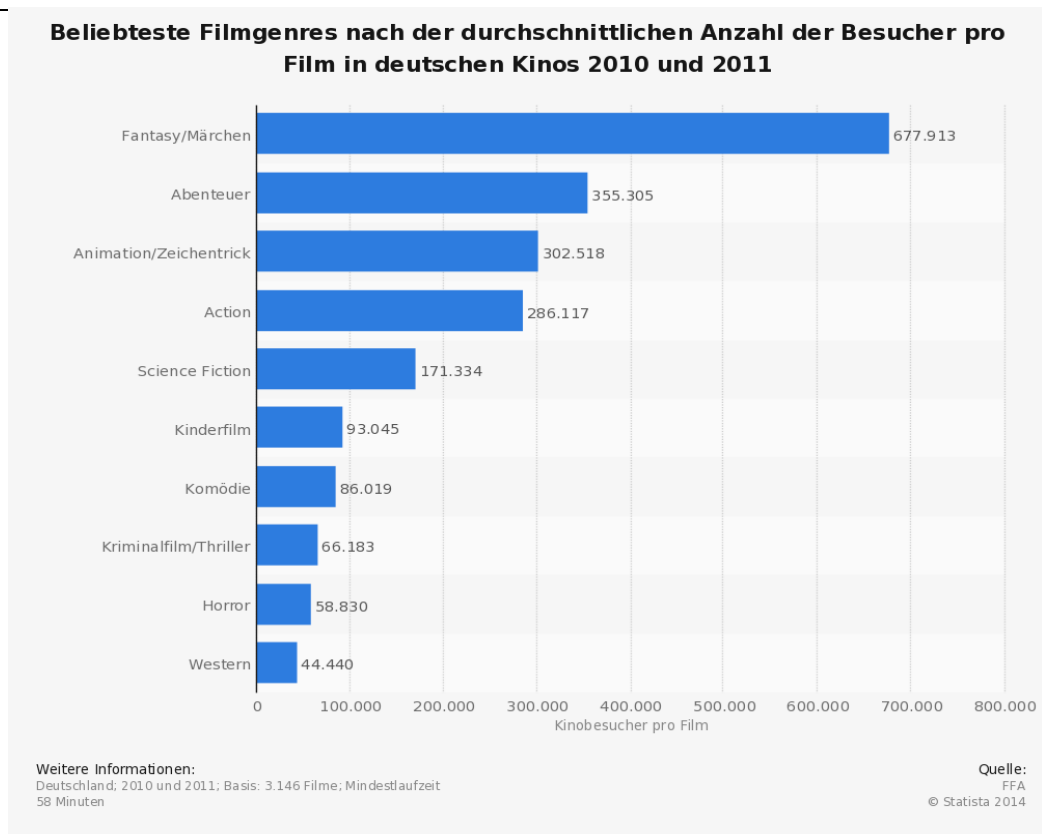


Abbildung 22: Beliebteste Filmgenres nach der durchschnittlichen Anzahl der Besucher pro Film in deutschen Kinos 2010 und 2011

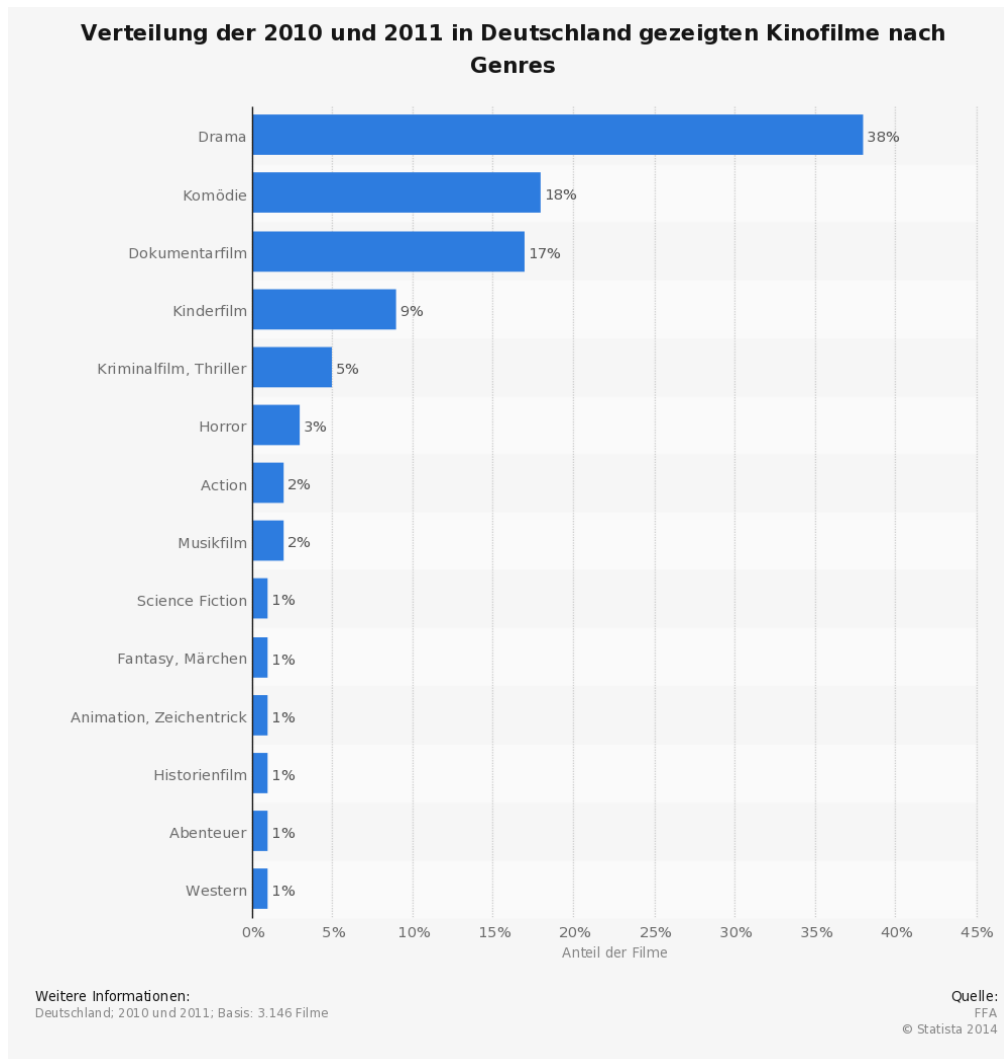


Abbildung 23: Verteilung der 2010 und 2011 in Deutschland gezeigten Kinofilme nach Genres

Die Verteilung der Kinofilme nach Genre zeigt, dass auf Platz eins das Genre Drama mit 38 % aller gezeigten Filme steht, welches bei der ersten Statistik als Kategorie gar nicht enthalten ist. Daraus lässt sich schließen, dass das Angebot in dieser Sparte enorm groß ist, die Nachfrage jedoch sehr gering. Auf Platz zwei folgt die Komödie mit 18%, die in der ersten Statistik auf Platz sieben liegt mit 93.045 Besuchern. Der Anteil der Genres Fantasy/Märchen, sowie Abenteuer und Animation/Zeichentrick liegen bei lediglich 1% des Gesamtanteils. Das bedeutet ein geringes Angebot bei extrem hoher Nachfrage. Spaß und Unterhaltung sind der Hauptgrund für einen Kinobesuch. Dies ergab eine Befragung in Deutschland 2012¹¹⁸. 94,19% aller befragten Kinobesucher wollen sich beim Kinobesuch unterhalten – der Aspekt von Spaß und Unterhaltung erklären auch die beliebten Genres: Fantasy/Märchen, sowie Animation/Zeichentrick stehen für Spaß, während Abenteuer und Action für Unterhaltung steht.

118 Quelle: Statistik im Anhang 2

Zudem ist eine klare Verschiebung des Genres nach Altersklassen zu erkennen¹¹⁹. Während das Drama bei den 10- bis 19-jährigen einen Besuchswert von 10% hat, steigt der Anteil der Besuche auch mit dem Alter: bei den über 60-jährigen hat das Drama einen Besuchswert von über 45%. Beim Thriller verhält es sich umgekehrt: bei den 10- bis 19-Jährigen hat dieser einen Besuchswert von 20% und bei den 60-Jährigen unter 5%. Ein Genre, das bei allen Altersgruppen einen gleichen Beliebtheitswert hat, ist die Komödie.

5.4 Aktuelle Situation des populären französischen Genres

Wie die Untersuchungen in den drei deutschsprachigen Ländern zeigten, sind besonders die Komödien aus Frankreich beim deutschen Publikum beliebt. Bei der Komödie ist anzumerken, dass sie sich oftmals sozialrealistischen oder Themen mit sozialen Tendenzen bedient, wie beispielsweise im Film „Ziemlich beste Freunde“. Ein Pfleger aus den Banlieues kümmert sich um einen reichen, querschnittgelähmten Mann. Das sind zwei Charaktere aus verschiedenen sozialen Schichten, die jedoch gemeinsam etwas schaffen. Oder bei „Willkommen bei den Sch'tis“, dem zweiterfolgreichsten französischen Film, geht es um sprachliche Barrieren und die damit verbundenen Differenzen, die jedoch am Ende gut ausgehen. Frankreich bedient mehr das Genre der leichten Unterhaltung und hat damit eine Nische gefunden, die sich neben den US-amerikanischen Produktionen gut durchsetzen kann.

¹¹⁹ Quelle: agirmedia.de; Zugriff am 15.06.2014

6 Wandel der Rezeption

Die veränderten Elemente des Genres haben eine positive Rezeption begünstigt, da sich die Ansprüche und Sehnsüchte des Rezipienten gewandelt haben und somit genau bedient werden. Deshalb wird im nachfolgenden Teil der Wandel der Rezeption, welcher diverse Nutzenansätze, momentane Trends, Wertewandel und Genrekonventionen beinhaltet, untersucht.

6.1 Nutzenansätze der Rezeption

Laut der Film- und Fernsehwissenschaft ist „die Rezeption zurückzuführen auf Wirkungstheorien von Massenmedien und Nutzenansätze einer allgemeinen Kommunikations- und Medienwissenschaft.“¹²⁰: Bei sämtlichen Nutzenansätzen wird angenommen, dass die Rezipienten eine „interessengeleitete Umgangsweise mit medialen Produkten haben“. Den Massenmedien werden dabei die Rolle der Gratifikationsinstanzen (=Belohnungsinstanzen) zugeordnet. Sie befriedigen also die Wünsche und Bedürfnisse – z.B. werden ästhetische Bedürfnisse durch eine schöne Filmlandschaft, wie es bei Rosamunde-Pilcher-Verfilmungen der Fall ist, befriedigt. Andere hingegen sind weniger von der Ästhetik dieser Filme als von der Story an sich angetan (z.B. Dienstmädchen heiratet einen Grafen). Diese Belohnungen sind von Rezipient zu Rezipient verschieden: „Ablenkung und Zeitvertreib, Sozialkontaktersatz, Identitätsbildung und Selbstfindung, Information über unmittelbare oder entfernte Umwelt.“ Je nach Art der Belohnung findet eine dementsprechende Rezeption statt, wobei auch die Art der Belohnung schon entscheidend ist für die Wahl des Films.

Was die kulturelle Rezeption angeht, besagt die Kulturwissenschaft, dass es sich dabei nicht nur auf ein „passives Aufnehmen beschränkt, sondern Eigenaktivitäten voraussetzt.“¹²¹ Demnach geht es den Rezipienten nicht vorrangig um eine Unterhaltung, zu der sie selbst nichts beisteuern, sondern sie gestalten die Unterhaltung aktiv mit. Laut Film- und Fernsehanalyse bedeutet Zuschauen eine „kognitive und emotionale Mitarbeit der Rezipienten“, da das Zuschauen ein kommunikativer Vorgang des Verstehensprozess ist. „Bedeutung entsteht nicht allein durch den Film selbst, sondern auch

¹²⁰ Zu den folgenden Ausführungen vgl. Wulff, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 20, 21

¹²¹ Hieber, Lutz: Medienmacht und Gesellschaft, S. 100

durch die Mitarbeit des Zuschauers.“¹²² Der Zuschauer will zwar unterhalten werden, die Unterhaltung jedoch aktiv mitgestalten.

6.2 Einfluss durch den medialen Wandel

Der Wandel der Rezeption wird zusätzlich durch den medialen Wandel beeinflusst¹²³ – Laut soziologischer Gegenwartsanalyse stützt sich dieser Wandel auf drei große Haupttrends, die „trotz aller länderspezifischen Sonderwege und Ungleichzeitigkeiten für die Ausdifferenzierungen europäischer Öffentlichkeiten insgesamt besonders bestimmend sind“:

1. Individualisierung
2. Erlebnisorientierung
3. Institutioneller Wandel

Diese drei Trends beeinflussen auch die Filmrezeption: Die Individualisierung spricht auf individuelle Möglichkeiten der Lebensgestaltung an – somit soll jeder für sich selektieren können, wie er seine Freizeit gestaltet und im Falle der Filmrezeption bedeutet dies, für welchen Film sich der Rezipient entscheidet, sofern er aus einer Vielzahl von Filmen auswählen kann. Was die Erlebnisorientierung angeht, so beschreibt dies die Tendenz der Freizeitgestaltung. Die Erlebniswerte prägen das Freizeitverhalten und lenken somit auch die Selektion der Filmauswahl, da es bei der Rezeption des Films primär um das Erlebnis an sich geht. Der institutionelle Wandel vollzieht sich im Zusammenleben der Gesellschaft und ihrer Kultur. Die institutionelle Ordnung strukturiert und integriert Muster und Orientierungsmodelle für die Gesellschaft, was sich wiederum auf die Rezeption von Filmen auswirkt.

6.3 Wertewandel der Rezipienten

Der gesamte Wandel der Rezeption ist auf eine große Veränderung zurückzuführen: den Wertewandel des Publikums:¹²⁴

¹²² Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse, S. 6

¹²³ Zu den folgenden Ausführungen vgl. Saxer, Ulrich: Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel, S. 69, 70

¹²⁴ Zu den folgenden Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 147 - 155

Die Werte des Publikums haben sich insofern geändert, dass sie nun andere Filme bevorzugen als zuvor. Werte sind demnach „innere Führungsgrößen des menschlichen Tuns und Lassens, die überall dort wirksam werden, wo nicht biologische Triebe, Zwänge oder ‚rationale‘ Nutzenerwägungen den Ausschlag geben.“¹²⁵ Wie ein Mensch seine Werte definiert, hängt von Alter, Bildung, Geschlecht und nicht zuletzt von seiner „Zugehörigkeit zu einer Ethnie oder einer Nation“ ab. Verändern sich diese Werte einer sozialen Gruppe über einen längeren Zeitraum hinweg, so spricht man von einem Wertewandel. Dieser Wertewandel beeinflusst die Filmselektion und die Verschiebungen von Trends, was die Herkunft populärer Filme betrifft. Dieser Wertewandel vollzog sich von einer Verschiebung der Pflicht- und Akzeptanzwerte (Selbstzwang und Kontrollwerte) hin zu den Selbstentfaltungswerten, die die Werte des Individuums hervorheben. Der Trend geht also Richtung Selbstentfaltung, und hierbei spielt die Unterhaltung und der Spaß eine große Rolle – diese Selbstentfaltungswerte steuern somit die Filmselektion. Bricht man die These auf die Filmselektion herunter, so bedeutet dies, dass Menschen sich für Filme entscheiden, die ihren Werten entsprechen und die sie unterhalten. Der größtmögliche Unterhaltungswert spielt die entscheidende Rolle bei der Wahl, und als unterhaltsam gelten Filme dann, wenn sie den Menschen „gefallen“ und somit ihren Werten entsprechen. Als Orientierungshilfe für die Werte und die Wahl der Filme dienen die Bewertungssysteme von Filmkritikern über Punkte oder Sterne. Selbst wenn nicht alle Kinobesucher über dieselbe Wertegrundlage verfügen, bedienen sich die Filmkritiker an diesen Bewertungssystemen – an der Kinokassa sind die „Werteurteile der Mundpropaganda“ letztendlich der entscheidende Faktor für die endgültige Wahl.

Die Dominanz der Selbstentfaltungswerte ist ausschlaggebend für den Erfolg von Filmen, zumal sie entscheidend für die Filmselektion sind : Transportieren die Filme einer Nation besonders viele Selbstentfaltungswerte, welche von einer großen Besuchergruppe des Kinos, beispielsweise den Jugendlichen, präferiert wird, so wird dieses Land zum Marktführer – in diesem Fall die USA.

Französische Filme leben von der französischen Sprache, und auch der Humor der Filme ist eng an diese geknüpft. Kulturelle Unterschiede zu anderen Nationen können zu einer veränderten Rezeption führen. Es ist schwer eine amerikanische Komödie mit einer französischen zu vergleichen, der Zuschauer hat jedoch bestimmte Vorstellungen und Erwartungen an einen Film dieses Genres. Auch der kulturelle Hintergrund des Rezipienten hat einen Einfluss auf die eigene Definition eines Genres:

¹²⁵ Klages, Helmut, Werteorientierung im Wandel, S. 9

„In den alltagsbezogenen Diskursen der Rezipienten werden mit ihnen Erwartungsmuster, Erlebnisdimensionen und Seherfahrungen benannt. Genrebegriffe sind in ihrer Funktion also variabel, jedoch nicht beliebig veränderbar, sondern sind in ihren Bedeutungsdimensionen abhängig vom allgemeinen kulturellen Gebrauch und gewinnen als Schemata intersubjektive Funktionen.“¹²⁶ Oder wie es die Filmsoziologie beschreibt: „Das Verständnis eines Films hängt von der kulturellen Kompetenz und Erfahrung des Rezipienten ab.“¹²⁷ Hat ein Zuschauer bisher also nur amerikanische Komödien gesehen, wird er sich wohl kaum für eine französische Komödie entscheiden. Fällt die Entscheidung jedoch trotzdem auf eine französische Komödie, so muss diese noch lange nicht dem Humor des Rezipienten und dessen Vorstellung einer gelungenen Komödie entsprechen.

Das Genrebewusstsein und die Filmerfahrung des Zuschauers haben großen Einfluss auf die Wahl weiterer Filme bzw. die Entwicklung des Geschmacks im Allgemeinen:

„Wenn wir spontan und ohne analytische Überlegungen an ein Genre denken, assoziieren wir in einem allerersten Schritt mehrere Prototypen. Diese Prototypen dominieren unsere Erwartungen, die wir an den neu zu besichtigenden Film des Genres stellen. Es findet also ein umfassender Generalisierungsprozess statt, bei dem die Auswahl der als prototypisch geltenden Filme sowohl von persönlicher Affinität als auch von kultureller Normierung (Konventionalisierung) abhängt.“¹²⁸ oder wie es die Filmsoziologie beschreibt: „Ferner schafft das Erkennen von Genrekonventionen und von intertextuellen Referenzen Vergnügen und bestätigt dem Zuschauer, Teil einer Kultur zu sein, die er kennt und in der er seinen Platz hat. Bei der Rezeption von Filmen gibt es also auch Formen des Vergnügens, die sich durch psychoanalytische Deutungen nur begrenzt erklären lassen, da sie nicht allein vom Film abhängen, sondern kulturell verankert sind.“¹²⁹ Die Rezeption ist also enger mit dem Genrebewusstsein der Rezipienten verbunden als angenommen. Jeder hat seine eigenen „Prototypen“, die jede weitere Rezeption beeinflussen und prägen. Die Filmerfahrung, der persönliche Geschmack, persönliche Vorlieben sind also entscheidend für die endgültige Rezeption der Zuschauer. Dieser Prozess ist jedoch enorm wichtig, um dem Zuschauer im Kino das Gefühl zu geben, Teil der Kinokultur zu sein.

126 Hickethier Knut: Moderne Film Theorie, S. 64

127 Winter, Rainer: Filmsoziologie, S. 24

128 Schwarz, Olaf: TV-Movies „Made in Germany“, S 141

129 Winter, Rainer: Filmsoziologie, S. 68

6.4 Trends der Nachfrage

Trends beeinflussen die Rezeption erheblich, da sie die Rezipienten erst in ihrer Wahl und schließlich in ihrer Beurteilung beeinflussen. Die aktuellen Trends sind „made in Hollywood“:

Der Trend geht hin zu Filmen, die wie „virtuelle Achterbahnen sind“ (Beispiel: „Speed“), „reinen Nervenkitzel liefern“ (Beispiel: Slasher Movies), wie „Pornos Vorlust und Frust anheizen“ (Beispiel: „Basic Instinct“) oder „einen Flugsimulator simulieren“ (Beispiel: „Top Gun“ oder „Air Force One“). „Ohne auf diese Behauptungen im Einzelnen einzugehen oder sie hier zu nuancieren, könnte als gemeinsamer Nenner solcher Veränderungen tendenziell ein neuer visueller, aber auch kognitiver Bezugsrahmen für das Kinoerlebnis ausgemacht werden: Die Simulation eines entgrenzten Raums (bei IMAX-Screens und 3-D-Filmen), die Dichte (und Dissonanz) der Sinneseindrücke und die Fülle der sich oft widersprechenden audiovisuellen Informationen verführt zu anderen Sehgewohnheiten und selektiven Wahrnehmungsmustern.“ Dieser Trend beeinflusst die Rezeption insofern, dass durch die aufwändig produzierten und schnellen Filme aus Hollywood der Zuschauer seine Maßstäbe an einen Film höher schraubt. Die Erwartung geht Richtung Action, Schnelligkeit, Erotik, Stars, viele Effekte und durch den technischen Fortschritt die größtmögliche visuelle Aufarbeitung. Erfüllt ein Film nicht diese Kriterien, so wird er den Rezipienten letztendlich nicht zufrieden stellen. Diese Filmerlebnisse werden mittlerweile standardisiert, und Hollywood hat einen erheblichen Anteil daran. „Es ist also nicht das Erzählkino an sich, das Hollywood so erfolgreich und quasi unschlagbar gemacht hat, sondern die Normierung und Standardisierung der Ware 'Filmerlebnis', auf die sich der Konsument verlassen kann, denn Hollywood liefert ihm das (technische) Gütesiegel 'state of the art' und die Qualitätskontrolle, sei es nun im Genre 'suspense', 'romance' oder 'special effects'.“¹³⁰ Somit wird die Rezeption ganz automatisch gelenkt, da der Zuschauer zu Filmen aus amerikanischer Hand sofort eine Verknüpfung herstellt, die ihm die optimale Unterhaltung garantiert.

Doch nicht nur das Filmerlebnis, auch der Kinobesuch erlebt einen Wandel: „Der Film ist eine Art Übereinkunft, wohin man geht. Er gibt dem Ausgehbedürfnis einen Namen und eine Adresse.“¹³¹ Der italienische Regisseur Gianni Amelio hat den Wandel des Kinoerlebnis wie folgt beschrieben:

¹³⁰ Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Elsaesser, Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino, S.70, 71, 90, 91

¹³¹ Reitz, Edgar: Das Kino der Zukunft, S. 71

„Die jungen Leute wollen ein Produkt, was man nicht individualistisch, sondern kollektiv konsumiert. Sie gehen in Gruppen von 20-25 und brauchen ein Kino, das sich zum Komplizen ihres Verhaltens macht, das heißt Kino mit regelmäßigen Gags, bei denen Du Deinem Nachbar auf die Schulter schlagen kannst. Diese Art von Kino funktioniert ein bisschen wie eine Discothek: man geht zusammen ins Kino, aber nicht in erster Linie, um einen Film zu sehen, sondern um das Zusammensein auf Kosten des Films zu genießen.“¹³² Diese Aussage wird durch den Erfolg der Multiplex-Kinos und seiner Haupt-Zielgruppe, den Jugendlichen, bestätigt. Multiplex-Kinos dienen als Treffpunkt für Jugendliche, als Kommunikationsort. Das Motiv für einen Kinobesuch stellt also nicht mehr das Filmerlebnis dar, sondern der Spaß.

Spaß und Unterhaltung stehen auch immer noch an erster Stelle beim Kinobesucher¹³³. Im Unterschied zu den Jugendlichen geht jedoch ein Großteil der Besucher aufgrund des Filmerlebnisses ins Kino. Vorab entscheidet er sich schon, für welchen Film er an der Kinokasse eine Karte kaufen wird.

Letztendlich bleibt auch die Rezeption nicht vom technischen Wandel unbeeinflusst. Die Entwicklung der Rezeption geht Richtung „Interaktivität: „Also: Die Möglichkeit des Rezipienten, seine Rezeption zu lenken, abzuzweigen, zu verweilen oder vorzuspringen, Szenefolgen neu anzuordnen oder gar das dramatische Geschehen in seinem Ausgang zu beeinflussen.“¹³⁴ Dies wäre eine Erklärung für die boomenden DVD-, Streaming- und Video-On-Demand-Märkte. Es geht also nicht mehr um das Kinoerlebnis, sondern um das Filmerlebnis, welches nicht unbedingt im Kino statt finden muss. Der Zuschauer kann somit seine Rezeption selber lenken – dies passt wiederum auch zu dem Trend der aktiven Mitgestaltung und zum Trend der Individualisierung.

6.5 Fazit

Der Wandel der Rezeption hat sich hin zur Individualisierung und aktiven Mitgestaltung des Filmerlebnisses vollzogen, unterstützt durch den Wertewandel, der die Selbstentfaltungswerte als wichtigstes Merkmal sieht. Starken Einfluss übt auch die eigene Bedürfnisbefriedigung aus. Spaß und Unterhaltung stehen nach wie vor im Vordergrund, doch das Filmerlebnis wurde durch den Wandel der Filmindustrie zum standardisierten

132 Hermann, Jörg: Ein Gespräch mit Gianni Amelio, S. 33

133 Quelle: Statistik in Anlage 2

134 Borstnar, Nils: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 220

Erlebnis. Abzuwarten bleibt, wie die technischen Entwicklungen die Rezeption beeinflussen werden.

7 Nachteilige Faktoren für den französischen Film

Französische Filmproduktionen haben mit drei Hindernissen zu kämpfen: erstens in die engere Auswahl der Multiplex-Kinos genommen zu werden, zweitens sprachliche und kulturelle Unterschiede und drittens, die große Konkurrenz durch Hollywood.

7.1 Auswahlverfahren der Multiplexkinos

Die erste große Hürde für den französischen Film ist es, überhaupt in das Programm der Kinos aufgenommen zu werden. Aus Sicht der Kinobetreiber, welche auch die Auswahl der gezeigten Filme verantworten, steht der Profit klar im Vordergrund – so wird auch die Wahl des Films für den Rezipienten eingeschränkt: „Diese Multiplexe passen sehr gut in die Erlebnisorientierung und die „Kultur des Wählens“ der Postmoderne. Folglich hat man es mit einem Angebot zu tun, das genau den veränderten Erwartungen des Kulturkonsumenten in der postmodernen Erlebnisgesellschaft entspricht.“¹³⁵ Somit werden Filme, die die Nachfrage der Rezipienten befriedigen, den unbekannten Filmen, die für die Kinobetreiber ein finanzielles Risiko darstellen, vorgezogen. Unter diese Kategorie fallen größtenteils auch die französischen Filme. Somit stehen sie dem Kinopublikum erst gar nicht zur Auswahl. Französische Filme laufen in den deutschsprachigen Ländern eher in Programmkinos, denn in Multiplex-Kinos. Somit verkleinert sich die Chance, dass die Wahl auf einen französischen Film fällt, denn „Welche Filme wann und in welches Kino gelangen, hängt sicherlich zunächst von der Politik der Produktions- und Verleihfirmen ab.“ Weitere Faktoren bestimmen die Programm-Zusammenstellung eines Kinos: „der Angebotsdruck der Verleiher und die Konkurrenzsituation unter den Kinobetreibern in der jeweiligen Stadt. Absprachen und wirtschaftliche Verflechtungen zwischen Filmtheaterbetrieben, Verleihfirmen und Filmproduzenten führen dann zu weiteren Kanalisierungen der Programmentwicklung in den einzelnen Kinos.“¹³⁶ Meist schaffen es gar nur die großen Produktionen bzw. Produktionen in Ko-

¹³⁵ Heinrichs, Werner: Der Kulturbetrieb, S. 265

¹³⁶ Zu den vorherigen Ausführungen vgl.: Borstnar, Nils: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 188

operation mit andern Ländern in die Kinos der deutschsprachigen Länder: „Mittlerweile hat die Monopolisierung dazu geführt, dass viele Filme - insbesondere aus kleinen Ländern - nur im Land ihrer Entstehung oder gelegentlich auf einem Festival gezeigt werden, wodurch ihre Produktion völlig unwirtschaftlich wird. Den Bemühungen der Europäischen Gemeinschaft, einen 'gemeinsamen Markt' für Filme aus europäischer Produktion zu schaffen und sie damit in den Stand zu setzen, vereint den Wettbewerb mit Hollywood aufnehmen zu können, war bisher kein sichtbarer Erfolg beschieden, zumindest was das Unterhaltungskino angeht.“¹³⁷ Große Produktionen wie „Ziemlich beste Freunde“ oder 'Willkommen bei den Sch'tis“ waren auch beim deutschsprachigen Publikum beliebt, doch was ist mit den zahlreichen anderen Filmen aus Frankreich?

7.2 Sprachliche und kulturelle Barrieren

Ein weiteres Hindernis dürften sprachliche Barrieren sein, selbst wenn ein Film in die jeweilige Sprache synchronisiert ist: „Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Sprache und Kultur reduziert jedoch die Attraktivität eines Films für ein anderssprachiges Publikum („language handicap“ bzw. „cultural discount“).“¹³⁸ Dieses Problem gilt nicht für amerikanische Filme, da diese bereits für ein multikulturelles Publikum in Amerika adaptiert wurden. Französische Filme werden jedoch primär für den französischen Markt hergestellt und somit könnte dies dafür sorgen, dass diese Filme beim deutschen Publikum eher auf Ablehnung stoßen.

7.3 Konkurrenz durch Hollywood

Der größte Konkurrent und gleichermaßen das höchste Hindernis nicht nur für französische Filme, sondern für jegliche nationale Filmproduktionen: Hollywood. Das zeigt sich auch wirtschaftlich: seit dem Ende des ersten Weltkrieges waren die amerikanischen Filme stets beliebter und erfolgreicher als die jeweiligen nationalen Filmproduktionen.

Die Popularität des Hollywood-Kinos war statisch und wird es auch bleiben: „Einmal errungen, ist der Erfolg des US-amerikanischen Kinos in Europa und der Misserfolg der jeweiligen nationalen Filme in den verschiedenen europäischen Ländern eine Invariante.“¹³⁹

137 Nowell-Smith, Geoffrey: Geschichte des internationalen Films, S. 721

138 Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 34

139 Zu den vorherigen Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 13, 15

Diese internationale Dominanz birgt ein großes Problem, denn in den USA dominieren noch immer die großen Unternehmen den internationalen Filmmarkt. Zusätzlich zu den Markenartikeln werden die passenden Rezensionen für die Tageszeitung gleich mitgeliefert, sodass die Rezeption schon im Vorfeld bestimmt werden kann.¹⁴⁰

Zudem drangen die US-amerikanischen Filme mit einer anderen Taktik in Europa vor:¹⁴¹ Sie drehten eine Vielzahl von Filmen in Großbritannien, Italien und Frankreich, da diese Länder zum Einen über einen großen Absatzmarkt verfügten und zum Anderen gute Förderungssysteme hatten, die auch Hollywood für sich nutzen konnte. So wurde in diesen Ländern das Förderungssystem Schritt für Schritt verändert, sodass die „Investition von US-Dollars in europäischen Filme leichter wurde.“ Diese Vorgehensweise nennt sich „open-arms-policy“.

Ein weiteres Problem ist die Erwartungshaltung der Rezipienten an die Filme eines Genres: „Gerade weil Genre-Zuordnungen Erwartungen wecken, können durch eine solche Klassifikation aber auch falsche Erwartungen geweckt oder geweckte Erwartungen nicht erfüllt werden: Genres sind gedankliche Konstruktionen der Einordnung und Beschreibung eines Spielfilms. Ihre Bildung unterliegt erkenntnisorientierten, ästhetischen und auch ökonomischen Interessen.“¹⁴² Dieses Problem wird zu einem ernst zunehmenden, wenn der Rezipient an eine französische Komödie dieselben Erwartungen hat wie an eine amerikanische Komödie. Diese Filme sind, aufgrund der kulturspezifischen Genrekonventionen, nicht vergleichbar, jedoch passiert genau dieser Vergleich unbewusst beim Rezipienten.

7.3.1 Maßnahmen zum Schutz der nationalen Filme vor US-amerikanischen Produktionen

Fast alle europäischen Länder ergriffen Maßnahmen zum Schutz der nationalen Filmproduktionen, um sich gegen die enorme Macht der US-amerikanischen Filmindustrie zu wehren:¹⁴³ Es handelt sich beispielsweise um Maßnahmen wie „Kontingentierungen der Menge ausländischer Filme oder die Einführung einer screen-quota, bei der ein Prozentsatz der Spielzeit in den Kinos für die einheimische Produktion reserviert wird“. Zusätzlich entstanden speziell in den großen Produktionsländern eine Vielzahl an För-

140 Vgl. Elsaesser, Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino, S. 91

141 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 21

142 Wulff, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, S. 51

143 Zu den folgenden Ausführungen vgl. Garncarz, Joseph: Hollywood in Deutschland, S. 20

derungsinstitutionen und -systemen¹⁴⁴. Oder auch durch die Initiative „avance sur recettes“ durch Jack Lang, die die nationalen Produktionen fördert und besagt, dass ein gewisser Anteil der Einnahmen der TV-Sender wieder in Kinoprojekte investiert werden muss.

144 Vgl. Kapitel 2.2: Filmkultur in Frankreich

8 Schlussbetrachtungen

Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass die französischen Filme in der Tat beim deutschsprachigen Publikum beliebter werden. Die Anzahl der erstaufgeführten Spielfilme ist gestiegen, und gerade ab 2008 haben vermehrt französische Produktionen für Erfolge an den Kinokassen gesorgt. Dabei ist besonders der Erfolg von „Ziemlich beste Freunde“ hervorzuheben. Trotz der erheblichen Dominanz durch US-amerikanische Produktionen ist es erfreulich zu sehen, dass auch die jeweils nationalen Produktionen der untersuchten Länder beim Publikum sich steigender Beliebtheit erfreuen dürfen. In allen drei Ländern haben sich die Marktanteile der US-amerikanischen Filme reduziert, und dies ist vermutlich ein Zeichen, dass die europäischen Filme den momentanen Geschmack des Publikums besser treffen als die amerikanische Konkurrenz.

8.1 Gründe für den Erfolg der französischen Filme in deutschsprachigen Ländern

Die Untersuchungen lieferten einige Anhaltspunkte, die für die zunehmende Popularität des französischen Films verantwortlich sind:

Die Filme der Nouvelle Vague waren für einen Großteil des Publikums schwer verständlich und zu künstlerisch veranlagt. Die heutigen Filme jedoch überzeugen mit einer Mischung aus leichter Tiefe und komischem Ernst. Es sind leicht verständliche Filme, die jedoch keine stumpfsinnigen Dialoge und Inhalte vorweisen, wie man es von anderen Komödien teils kennt. Es sind authentische Filme über das Leben, gespielt von Charakterdarstellern, mit denen man sich sehr gut identifizieren kann. Es sind keine Stars, die beim Publikum eine distanzierte Bewunderung auslösen sondern realitätsnahe Personen mit Ecken und Kanten. Der große Vorteil gegenüber amerikanischen Komödien? Sie sind realitätsnah und näher am richtigen Leben. Dies liegt u.a. an den Themen, die oft einen sozialen Hintergrund („Ziemlich beste Freunde“, „Willkommen bei den Scht'is“) haben, und genau dieser kleine Aspekt sorgt dafür, dass die Zuschauer in einem Film gleichzeitig weinen und lachen können. Sowohl Enkelkinder wie auch Großeltern verlassen das Kino mit einem erwärmten Herz. Mit diesen Themen stillen die Filme eine aufkommende Sehnsucht der Zuschauer nach Authentizität, da diese durch amerikanische Produktionen nur schwer erfüllt werden kann. Frankreich

kann auf aufwändige Animationen, Stars, Erotik, visuelle Effekte etc. verzichten, denn dies wird durch authentische und realitätsnahe Inhalte geleistet.

Einen starken Einfluss auf die veränderte Wahrnehmung der französischen Filme im deutschsprachigen Raum stellt der TV-Sender arte dar: „In den letzten Jahren hat nicht zuletzt der deutsch-französische Fernsehsender arte auch in Deutschland demonstriert, wie man im Zeitalter von Kabel, Satelliten und Pay-TV ein Programm gestalten kann, das auf Main-Stream-Kino weitgehend verzichtet.“¹⁴⁵ Arte hat einen großen Anteil daran, dass französische Produktionen dem deutschen Publikum näher gebracht werden. Er ist auch Beispiel dafür, wie gut die beiden Produktionsländer miteinander harmonieren und eine länderübergreifende Zusammenarbeit funktionieren kann. Arte ist maßgeblich daran beteiligt, dass sich das Image von französischen Filmen in den deutschsprachigen Ländern zum Positiven gewandelt hat.

Eine weitere wichtige Funktion nimmt das Festival du Film von Cannes ein. Seine Rolle ist eine sehr bedeutende für die Wahrnehmung von Frankreich als Produktionsland und Standort für Filme¹⁴⁶: Es gilt nach wie vor als das wichtigste Filmfestival der Welt. Einerseits weil es stets international besetzt ist, andererseits weil es trotz der immer stärker werdenden Kommerzialisierung des nebenbei laufenden „Marché International du Film“ (MIF) die Waage zwischen Kommerz und künstlerischen Autorenfilmen immer halten kann. Durch die weltweite Präsenz und der damit zusammenhängenden wirtschaftlichen Bedeutungen des Festival du Film de Cannes können andere Filmfestivals wie Berlin, Venedig oder San Sebastián nicht mithalten. Im Gegensatz zum Filmfestival von Cannes gelten die Oscars als reine Werbeveranstaltung für sämtliche nationalen Filmproduktionen. „Dies ist der fundamentale Unterschied bei aller, auch kommerziellen Ausrichtung von Cannes. Und die guten unabhängigen Produktionen aus den USA werden meist nicht in Los Angeles sondern zuerst in Cannes prämiert.“

Was könnte also den Erfolg von französischen Filmen und somit den Wandel der nationalen Herkunft von populären Filmen erklären?¹⁴⁷ Es liegt nicht an der veränderten Größe des Publikums und auch nicht an einem demografischen Wandel oder einer neuen geografischen Verteilung des Kinopublikums. Es deutet vielmehr auf eine neue Generation des Publikums hin, die sich weniger mit der geschichtlichen Beziehung des

¹⁴⁵ Gross, Stefan: Handbuch Französisch, S. 534

¹⁴⁶ Zu den folgenden Ausführungen vgl. Gross, Stefan: Handbuch Französisch, S. 534

¹⁴⁷ Zu den folgenden Ausführungen vgl. Garncarz, Joepsh: Hollywood in Deutschland, S. 147

eigenen Landes zu Frankreich beschäftigt. Dies begünstigt die Rezeption von französischen Filmen sehr stark.

Wie im Kapitel Nutzenansätze der Rezeption beschrieben, sprechen Filme die Belohnungsinstanzen der Rezipienten an. Französische Komödien mit sozialen Themen, meist in einer schönen Umgebung, treffen dabei genau den Nerv des Zuschauers. Die Ästhetik und auch die sozialen Bedürfnisse werden befriedigt, indem die Filme die Zuseher zum Lachen und Weinen bringen.

8.2 Mögliche Probleme

Probleme können verstärkt in der Rezeption bzw. in der Erwartungshaltung aufgrund der Genrekonventionen auftreten. Wie in der Arbeit beschrieben, können amerikanische Komödien nicht mit solchen aus Frankreich verglichen werden, da der Humor und auch die Themen sehr verschieden sind. Somit entstehen falsche Erwartungen, die oftmals nicht erfüllt werden können. Frankreich hatte schon immer einen ganz speziellen Humor, der nicht in jedem Land gleichermaßen beliebt ist. Zudem spielen französische Filme oftmals mit Klischees oder mit „Insider“-Wissen, wie beispielsweise in „Willkommen bei den Sch'tis“, wo der Norden als der Teil von Frankreich dargestellt wird, in dem nur trinkendes, einfaches Bauernvolk lebt. Wohingegen der Süden das Paradies darstellt und Paris sowieso als das Zentrum schlechthin gilt. Tatsächlich existiert für die Pariser nur Paris und der Süden bietet sich nur zum Urlauben an. Über den Norden wird erst gar nicht gesprochen. Im Prinzip müssten auch die ausländischen Zuseher dieses Vorwissen haben, um den Film und dessen sprachlichen Humor erst richtig einordnen zu können. Trotzdem war der Film ein Erfolg, was jedoch eher auf andere Gründe zurück zu führen ist.¹⁴⁸

Ein weiteres Problem ist auch, dass französische Filme im deutschsprachigen Bereich zu den Art-House-Filmen gehören, und diese fast nur in Programmkinos laufen. Multiplex-Besucher fallen als potentielle Besucher schon weg, wobei diese allerdings den größten Anteil der Kinobesucher ausmachen würden.

¹⁴⁸ Vgl. Kapitel 8.1.: Gründe für den Erfolg französischer Filme in deutschsprachigen Ländern

8.3 Ausblick

Dank dem Erfolg von „Ziemlich beste Freunde“ finden immer mehr französische Produktionen den Weg in deutschsprachige Multiplex-Kinos und können somit auch in Zukunft von einem größeren Publikum wahr genommen werden. Der Erfolg dieses Films hat auch viel mit der Mund-zu-Mund-Propaganda im Internet zu tun, die speziell für französische Filme enorm wichtig wäre, da hinter diesen keine großen Vermarktungstechniken stecken. Künftig – das haben die vorliegenden Analyseergebnisse gezeigt – kann von folgender Entwicklung ausgegangen werden: der französische Film wird sich, dank der Nische, Komödien mit sozialrealistischen Tendenzen, die er für sich entdeckt hat, auch weiterhin großer Beliebtheit beim deutschsprachigen Publikum erfreuen dürfen.

Literaturverzeichnis

AREND, Stefani; REINALTER, Helmut; BRENNER, Peter J. (Hg): Lexikon der Geisteswissenschaften – Sachbegriffe, Disziplinen, Personen; Wien, Böhlau Verlag, 2011

BEIER, Brigitte; FISWICK, Andreas; HOLTKAMP, Gabriela; JOEL, Holger; JUNG, Wolfgang; KOPKA, Christiane; MICHATSCH, Christian; PKOYSKI, Dietmar; SCHMITZ, Monika; SCHÜTT, Ernst Christian; SCHWIDERSKI, Lothar; STHAL, Anke; VENHOFF, Michael; VOREGGER, Michael: Chronik des Films, Güthersloh/ München, Wissen Media Verlag GmbH, 2003.

BICKERTON, Emilie: Eine kurze Geschichte der Cahiers du Cinéma, London, diaphanes, 2009.

BORSTNAR, Nils; PABST, Eckhard; WULFF, Hans-Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft, Konstanz, UVK Verlag, 2002

CHRISTEN, Thomas; BLANCHET, Robert (Hg): New Hollywood bis Dogma 95 - Einführung in die Filmgeschichte, Marburg, Schüren Verlag, 2008

COSANDY, Roland; ELSAESSER, Thomas; UHLENBROK, Katja; VINCENDEAU, Ginette: Encyclopedia of european cinema, Trowbridge/Wilthshire, Redwook Books, 1995

COWARD, David: A History of French Literature, Oxford, 2002

DEMANDT, Alexander: Über die Deutschen - Eine kleine Kulturgeschichte, Berlin, Propyläen/Ullstein, 2007

ELSAESSER, Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino, Archäologie eines Medienwandels, München, edition text+kritik, 2002

FELIX, Jürgen (Hg); HICKETHIER, Knut: Moderne Film Theorie, Mainz, Theo Bender Verlag, 2002

FELTON, Uta: Träumer und Nomaden: Eine Einführung in die Geschichte des modernen Kinos in Frankreich und Italien, Stauffenburg, Einführungen, Band 24, 2011.

FOWLER, Catherine: The European Film Reader, London, 2000.

GARNCARZ, Joseph: Hollywood in Deutschland - Zur Internationalisierung der Kinokultur 1925 - 1990, Frankfurt am Main, Stroemfeld Verlag, 2013

GRAFE, Frida (Hg): Nouvelle Vague, Ein Projekt von Hundertjahrekino Viennale und Filmcasino, Wien; hundertjahrekino, Viennale, Filmcasino; 1996.

GROB, Norbert; KIEFER, Bernd; KLEIN, Thomas; STIGLEGGER, Marcus (Hg); OPLUSTIL Karlheinz: Nouvelle Vague, Mainz, Genres/Stile #1, Bender, 2006.

GROSS, Stefan; KOLBOOM, Ingo; KOTSCHI, Thomas; REICHEL, Edward (Hg); WERNER, Michael: Handbuch Französisch - Sprache, Literatur, Kultur, Gesellschaft, Berlin, Erich Schmidt Verlag, 2002

GUY, Jean-Michel: La culture cinématographique des Français, Paris, DEPS, 2000

HEINRICHS, Werner: Der Kulturbetrieb - Bildende Kunst, Musik, Literatur, Theater, Film, Bielefeld, transcript Verlag, 2006

HERMANN, Jörg: Ein Gespräch mit Gianni Amelio. In: Kraft Wetzel (Hg.): Neue Medien contra Filmkultur? Berlin, Volker Spiess Verlag, 1987

HICKETHIER, Knut: Film- und Fernsehanalyse, Stuttgart/Weimar, Verlag J.B. Metzler, 1996

HIEBER, Lutz; JÄCKEL, Michael; MAI, Manfred (Hg.): Medienmacht und Gesellschaft - Zum Wandel öffentlichen Kommunikation, Frankfurt am Main, Campus Verlag, 2008

KLAGES, Helmut: Wertorientierungen im Wandel - Rückblick, Gegenwartsanalyse, Prognosen, Frankfurt/M, New York, Campus Verlag, 1984

LANGENBUCHER, Wolfgang R.; LATZER, Michael (Hg); SAXER, Ulrich: Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel - Eine transdisziplinäre Perspektive, Wiesbaden, GWV Fachverlage, 2006

LÜSEBRINK, Hans-Jürgen; WALTER, Klaus Peter; FENDLER, Ute; STEFANI-MEYER, Georgette; VATTER, Christoph: Französische Kultur- und Medienwissenschaft - Eine Einführung, Tübingen, Gunter Narr Verlag, 2004

MIOÛ, Petra: Das junge französische Kino: zwischen Traum und Alltag - Filmstudien herausgegeben von Thomas Koebner, Band 14, Mainz, Gardez Verlag, 2000

MÜLLER, Eggo; ROTHER, Rainer (Hg); SANNWALD, Daniela; VON MOLTKE, Johannes: Sachlexikon Film, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 1997

NOWELL-SMITH, Geoffrey (Hg): Geschichte des Internationalen Films, Stuttgart/Weimar, Verlag J.B. Metzler, 1998

PRÉDAL, René: Le jeune cinéma, Paris, Nathan Université, 2002

REITZ, Edgar: Das Kino der Zukunft, In: Telepolis, Nr. 2. ,Juni 1997

SCHWARZ, Olaf; WULFF, Hans Jürgen (Hg): TV-Movies „Made in Germany“ Struktur, Gesellschaftsbild und Kinder-/Jugendschutz, Kiel, Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen, 2000

ULBERT, Hans Jürgen: Multiplexkinos - moderne Freizeitgroßeinrichtungen, In: Bundesrepublik Deutschland - Freizeit und Tourismus, Leipzig, Institut für Länderkunde, Spektrum - akademischer Verlag, 2002

UNGERBÖCK, Andreas: Österreichisches Kinohandbuch 2000/2001, Wien, PVS Verleger, 2000

VINCENDEAU, Ginette: The companion to French cinema, London, British Film Institute, 1996

VITZ, Peter R: Medienkonzentration in Europa - Am Beispiel Österreich und Deutschland; Saarbrücken, VDM Verlag Dr. Müller; 2008

WEINBACHER, Simone: Das französische Autorinnenkino der 1990er; Eine Analyse von Frauenfiguren und ihrer Sexualität in ausgewählten Filmen, Saarbrücken, VDM Dr. Müller Verlag, 2009

WINTER, Rainer: Filmsoziologie: Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft. München, Quintessenz, 1992

Internetquellenverzeichnis

Bei den folgenden Internetquellen handelt es sich um die Stamm-Domains der verwendeten Quellen:

agirmedia.de

bfs.admin.ch

ffa.de

filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte

filmwirtschaftsbericht.filminstitut.at

procinema.ch

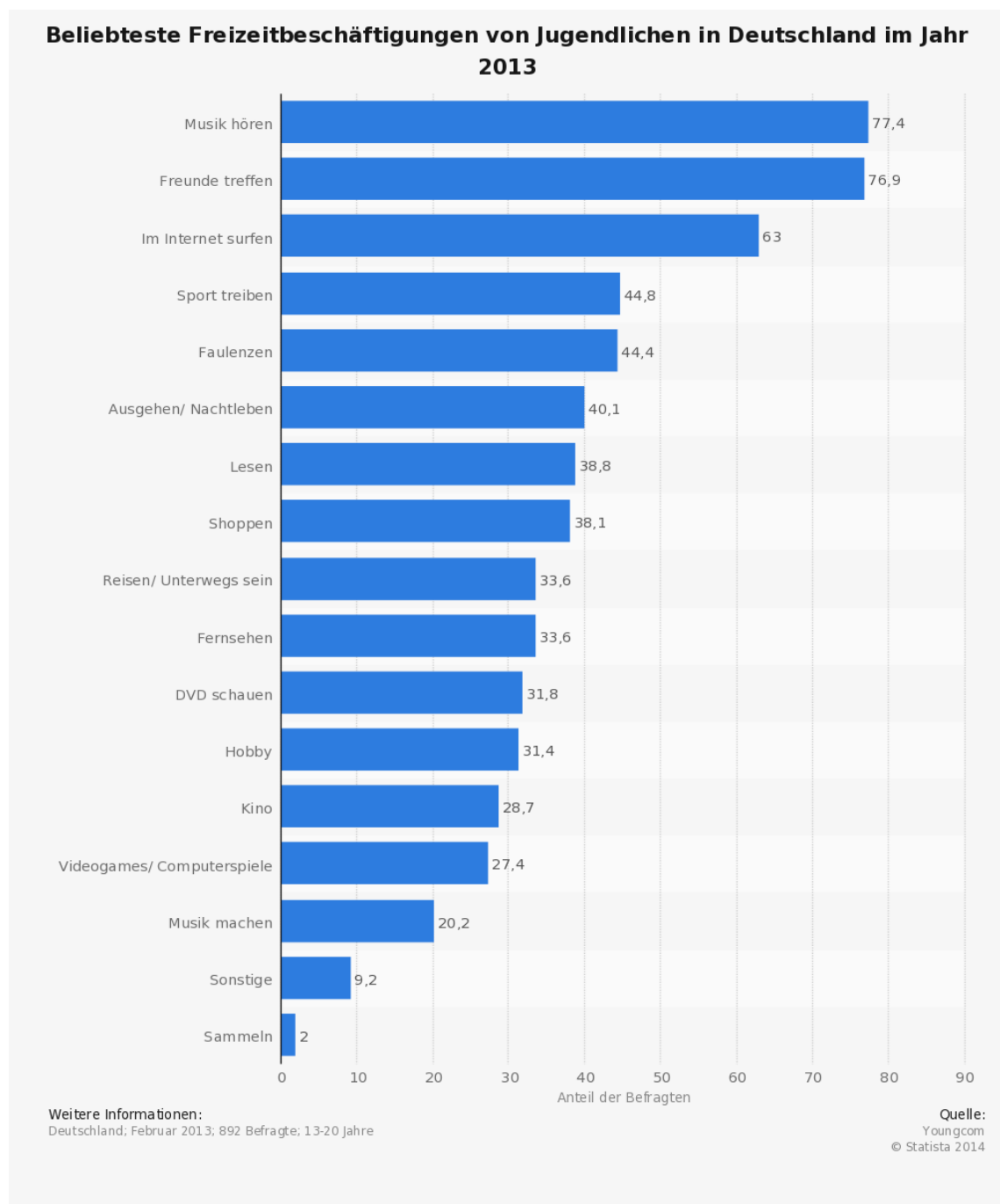
spio.de

statistik.at

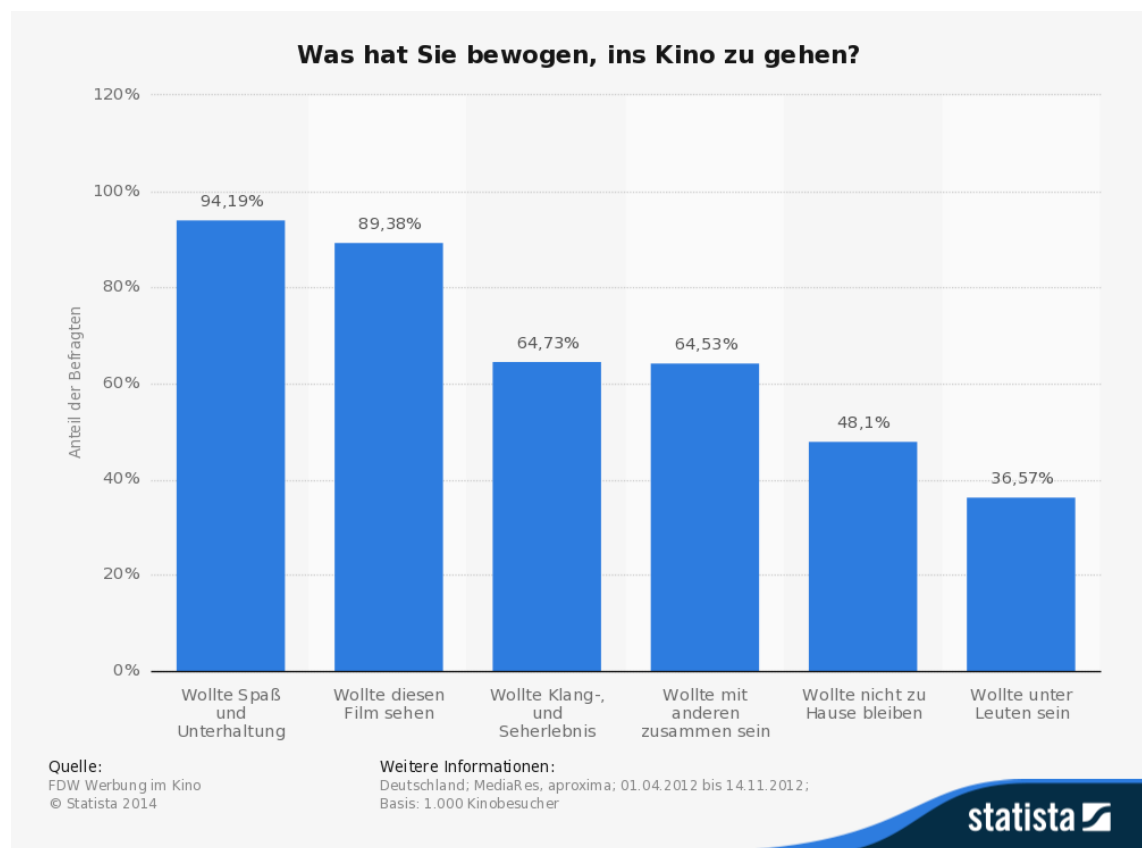
Anlagen

- Anlage 1: Beliebteste Freizeitbeschäftigung von Jugendliche in Deutschland im Jahr 2013 Seite XII
- Anlage 2: Was hat Sie bewogen, ins Kino zu gehen? Seite XIII
- Anlage 3: Besuchsgründe der Kinobesucher von Arthouse-Filmen in Deutschland im Jahr 2012 Seite XIV
- Anlage 4: Altersstruktur der Kinobesucher in den Jahren 2007 und 2012 (nach Anteil der Altersgruppen) Seite XV
- Anlage 5: Anlage 5: Beliebte Freizeitaktivitäten in der Schweiz nach Alter und Geschlecht im Jahr 2012 Seite XVI
- Anlage 6: Wie häufig gehst Du in Deiner Freizeit ins Kino? Seite XVII
- Anlage 7: Beliebte Freizeitaktivitäten in Österreich nach Alter und Geschlecht im Jahr 2012 Seite XVIII
- Anlage 8: Ranking der Kinomärkte mit den meisten Besuchern in Europa 2012 und 2013 Seite XIX

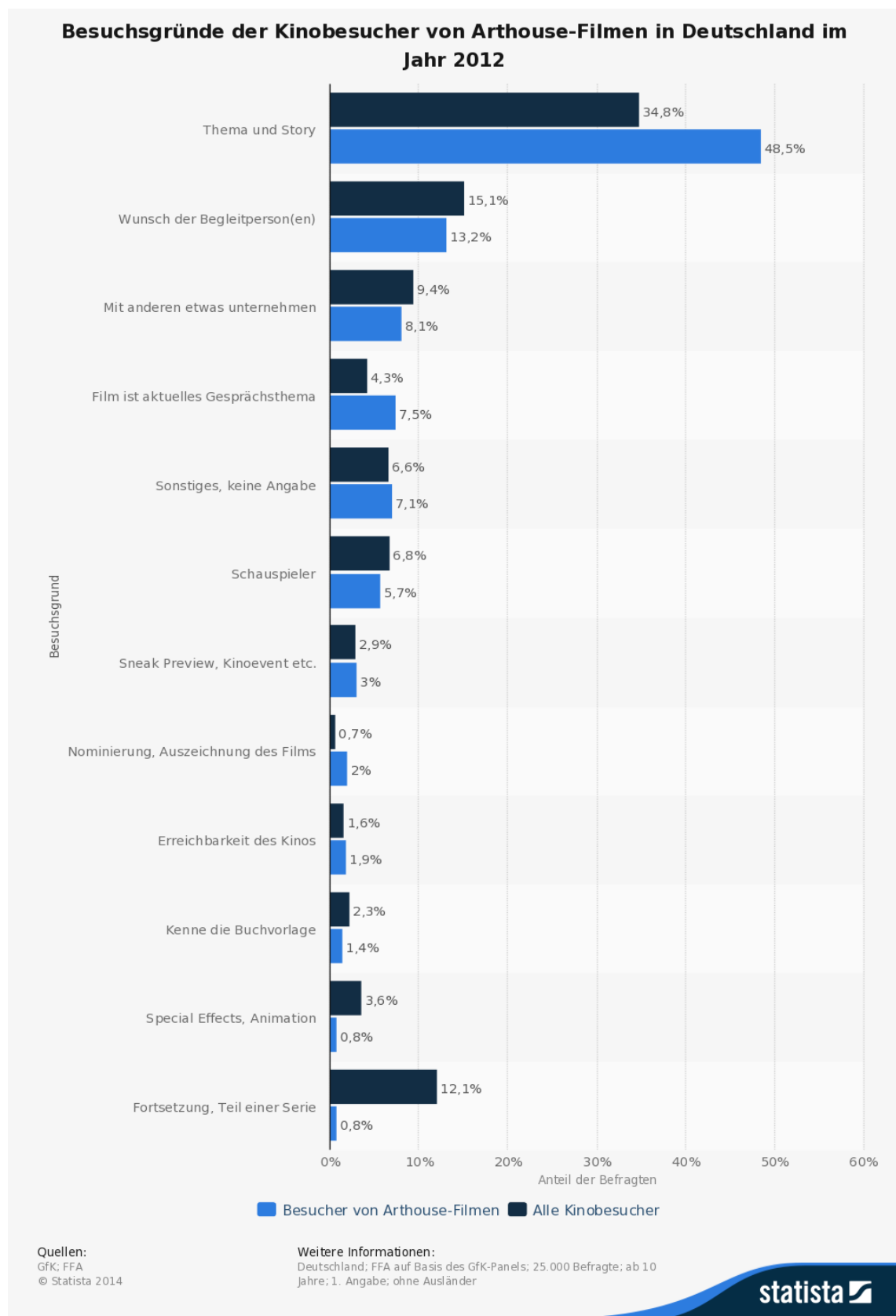
Anlage 1: Beliebteste Freizeitbeschäftigung von Jugendliche in Deutschland im Jahr 2013



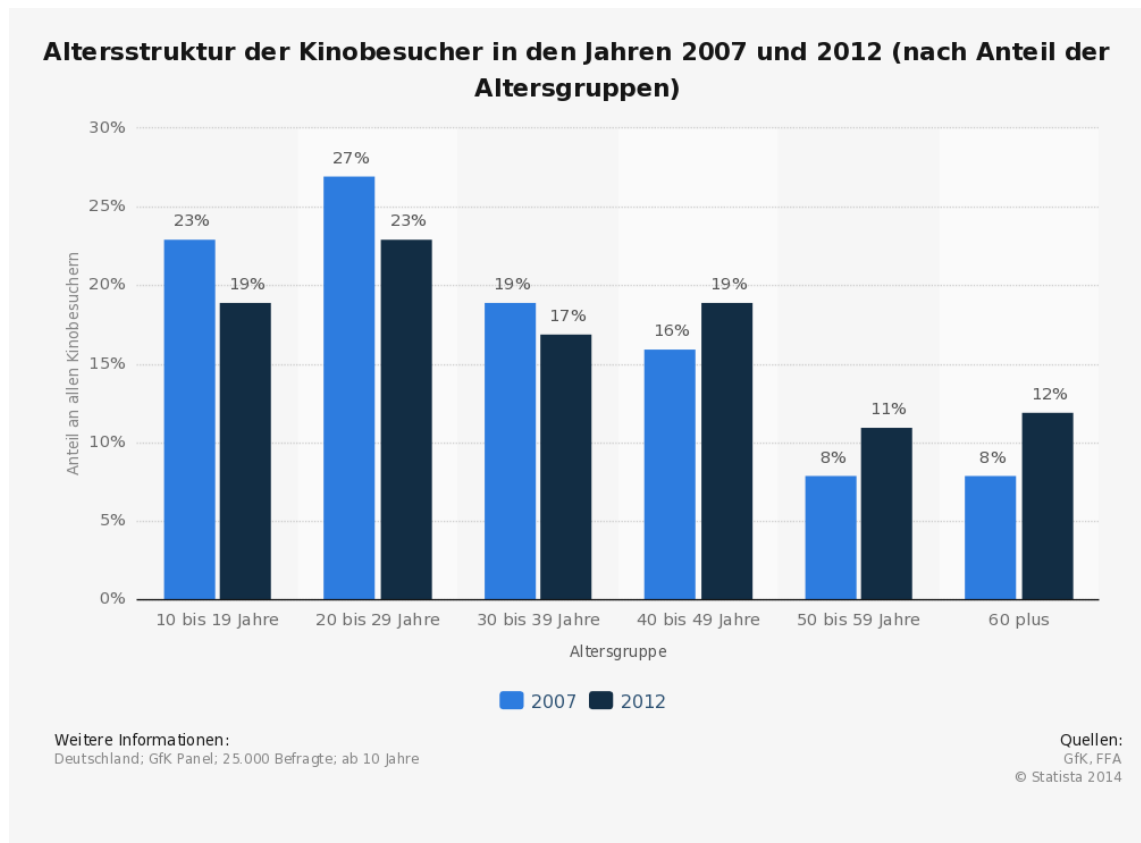
Anlage 2: Was hat Sie bewogen, ins Kino zu gehen?



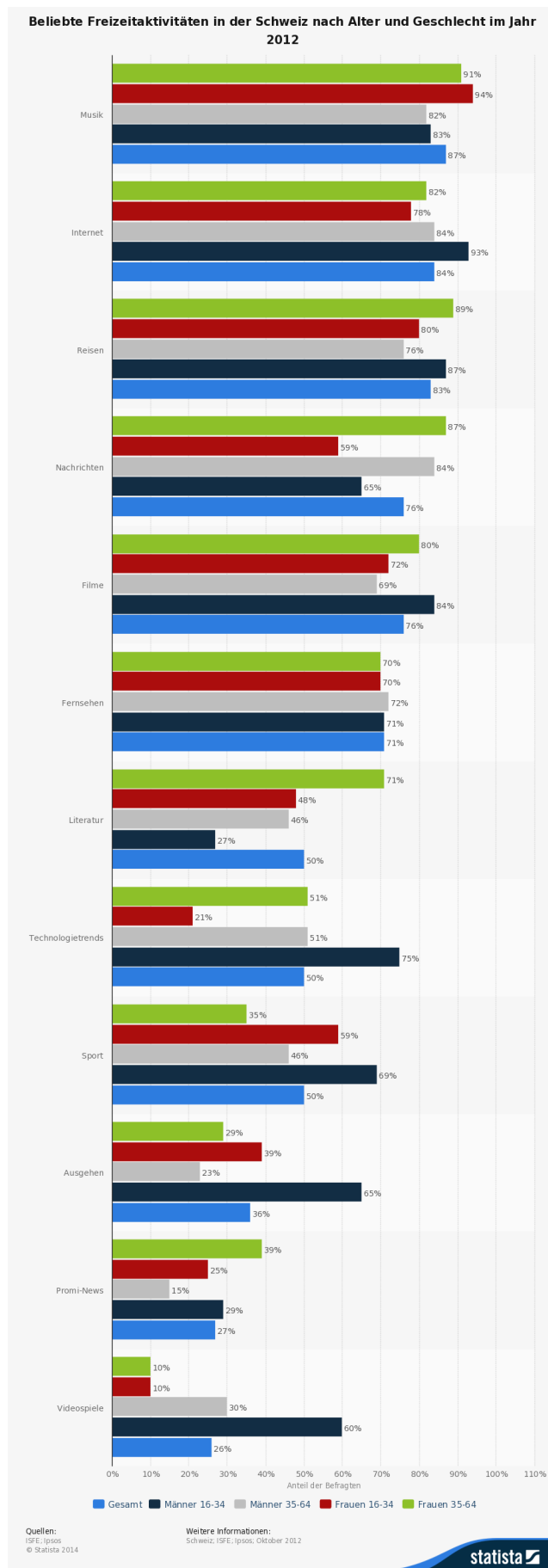
Anlage 3: Besuchsgründe der Kinobesucher von Arthouse-Filmen in Deutschland im Jahr 2012



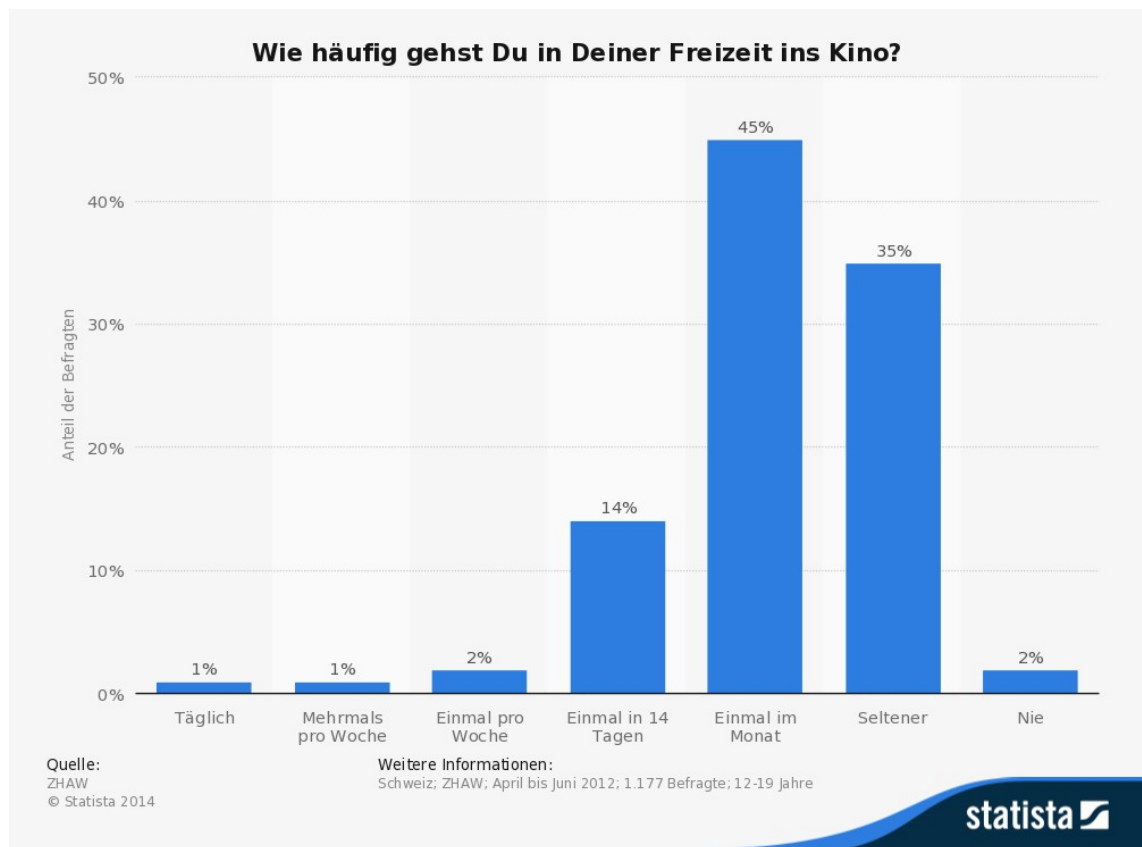
Anlage 4: Altersstruktur der Kinobesucher in den Jahren 2007 und 2012 (nach Anteil der Altersgruppen)



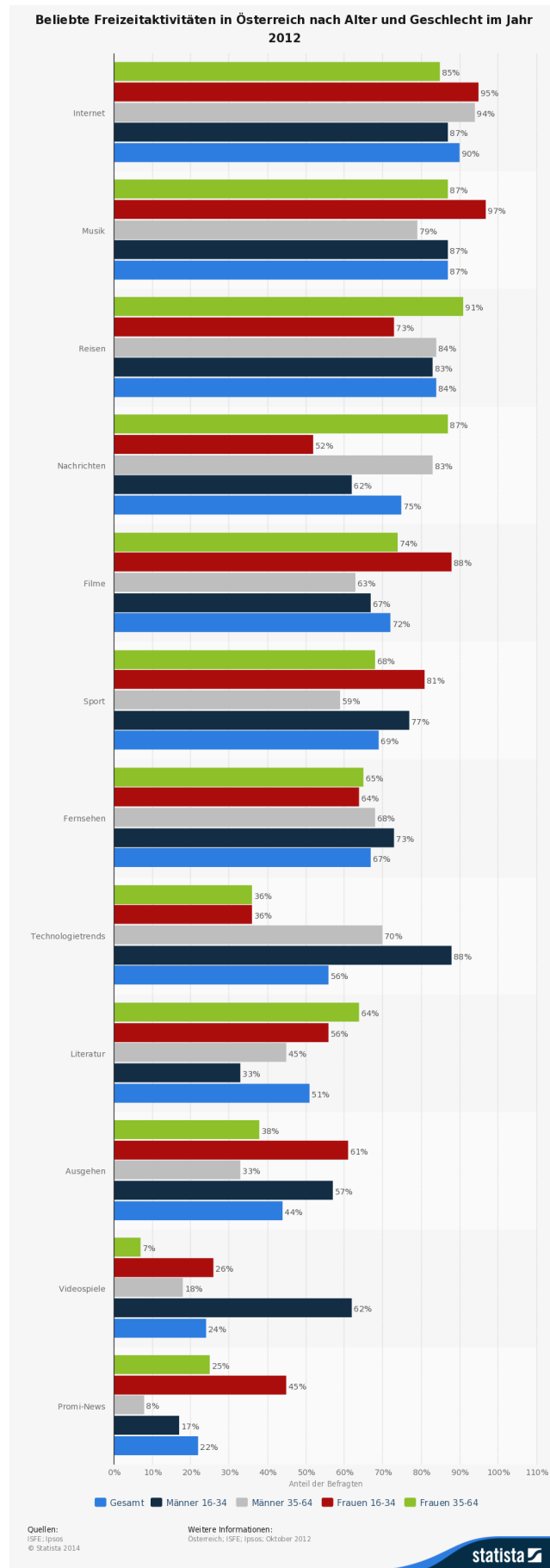
Anlage 5: Beliebte Freizeitaktivitäten in der Schweiz nach Alter und Geschlecht im Jahr 2012



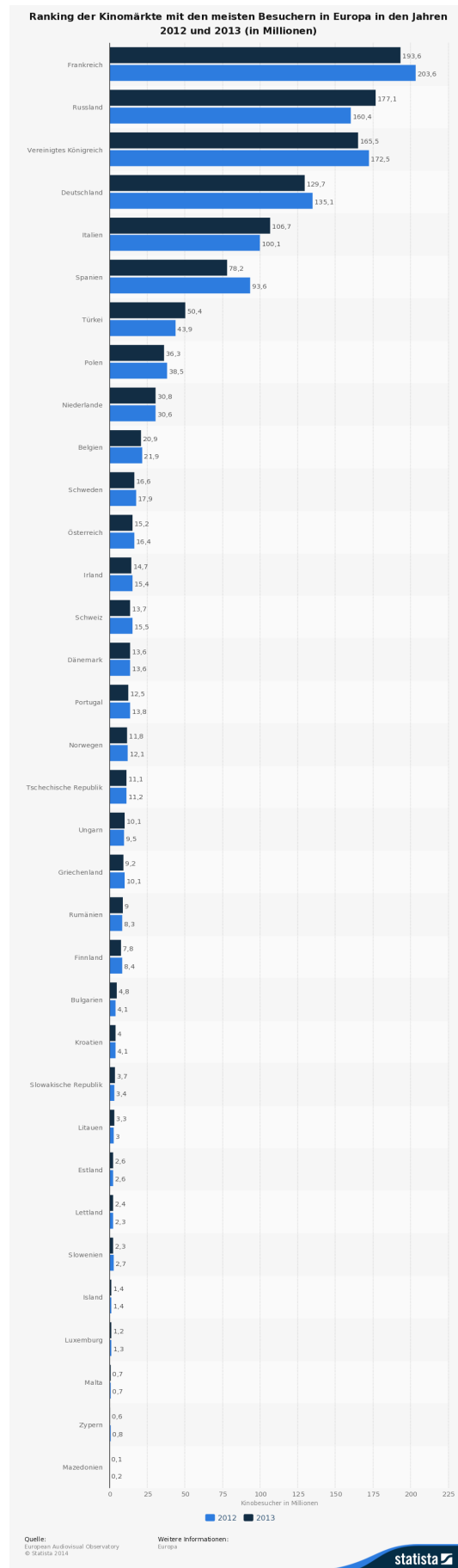
Anlage 6: Wie häufig gehst Du in Deiner Freizeit ins Kino?



Anlage 7: Beliebte Freizeitaktivitäten in Österreich nach Alter und Geschlecht im Jahr 2012



Anlage 8: Ranking der Kinomärkte mit den meisten Besuchern in Europa 2012 und 2013



Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, den TT. Monat JJJJ

Vorname Nachname